



MODUL EVENT ORGANIZER



Penulis :

Jeaneta Josefin Rumerung, SE, MSi

**POLTEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINSTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
TAHUN 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Modul : Event Organizer

Penulis :

- a. Nama Lengkap : Jeaneta Josefin Rumerung, SE, MSi
- b. NIDN : 00-3101-6705
- c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala/IV C
- d. Program Studi : Administrasi Bisnis
- e. No. HP : 081340668700
- f. Alamat Surel : rumerungjeaneta@yahoo.com

Manado, Desember 2018

Mengetahui :

Koordinator Program Studi,

Penulis,

Iyam L. Dua, SE, MSi
NIP. 196501161990112001

Jeaneta J. Rumerung, SE, MSi
NIP. 196701311992032002

Menyetujui :

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Dr. Ir. Efendy Rasjid, MSi, MM
NIP. 196705161994031013

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan karena atas perkenanNya sehingga penyusunan Modul Event Organizer dapat diselesaikan dengan baik. Mata kuliah Event Organizer diberikan agar learning outcomes program studi D3 Administrasi Bisnis dapat tercapai yaitu mahasiswa memiliki pengetahuan dan ketrampilan serta pemahaman tentang penyelenggaraan berbagai event dalam ruang lingkup usaha Event Organizer dan sebagai pedoman untuk menjalankan profesi di bidang ini secara profesional serta dapat melengkapi diri sebagai sumber daya manusia yang memiliki kompetensi sesuai kebutuhan dunia usaha event organizer.

Penyusunan modul ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran mahasiswa agar bisa mempelajari materi event organizer secara mandiri dan dapat mencapai tujuan setiap materi pembelajaran.

Dengan selesainya penulisan modul ini, maka penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Ir. Ever Slat, MT sebagai Direktur Politeknik Negeri Manado
2. Ibu Dra. Mareyke Aleo, MBA sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Bapak Dr. Ir. Efendy Rasyid, SE, MSi sebagai ketua jurusan Administrasi Bisnis
4. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan modul ini.

Semoga modul event organizer ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa, dosen pengajar dan pihak lainnya yang memiliki minat untuk menjalankan unit usaha event organizer

Manado, Desember 2018

Penulis,

Jeaneta Josefin Rumerung, SE, Msi

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Gambar	v
A. PENDAHULUAN	1
B. KEGIATAN BELAJAR	2
I. PENDAHULUAN	2
A. Pengertian, Jenis-Jenis Dan Peran Event Organizer	2
1. Pengertian Event Organizer	2
2. Jenis-Jenis Event Dan Klasifikasi Event	3
3. Peran Event Organizer	5
B. Latihan	7
II. SUMBER DAYA MANUSIA DALAM ORGANISASI EVENT ORGANIZER	8
A. Gambaran Umum Organisasi EO, Posisi Dan Jabatan, Job Description Dalam Organisasi Event Organizer	8
1. Gambaran Umum Organisasi EO	8
2. Posisi Dan Jabatan Dalam Organisasi EO	9
3. Job Description Dalam Organisasi EO	13
B. Latihan	15
III. SISTEM KERJA EVENT ORGANIZER	16
A. Posisi EO Dalam 5 P, Pedoman Profesi EO, Faktor Penunjang Bisnis EO	16
1. Posisi EO Dalam 5 P	16
2. Pedoman Profesi EO	18
3. Faktor Penunjang Suksesnya Bisnis EO	19
B. Latihan	23
IV. PENYELENGGARAAN EVENT	24
A. Unsur Penunjang, Tahapan Penyelenggaraan Event, Kiat Menyusun Acara	24
1. Unsur Penunjang Dalam Penyelenggaraan Event	24
2. Tahapan Penyelenggaraan Event	25
3. Kiat Menyusun Acara	26
B. Latihan	36

	Halaman
V. PERAN SPONSOR DALAM EVENT ORGANIZER	37
A. Peran Sponsor, Persiapan Mendapatkan Sponsor, Jenis-Jenis Sponsor, Penawaran Sponsor	37
1. Peran Sponsor Dalam Suksesnya sebuah Event	37
2. Persiapan Untuk Mendapatkan Sponsor	39
3. Klasifikasi Sponsor	40
4. Menjalिन Hubungan Kerja Sama Dengan Sponsor	42
B. Latihan	43
VI. MENGELOLAH KEUANGAN EVENT ORGANIZER	44
A. Faktor Penting Dalam Keuangan Event, Penyusunan Mata Anggaran, Pedoman Pengelolaan Keuangan Event	44
1. Faktor Penting Dalam Keuangan Event	44
2. Penentuan dan Penyusunan Mata Anggaran	45
3. Pedoman Pengelolaan keuangan event	46
B. Latihan	48
VII. MITRA KERJA EVENT ORGANIZER	49
A. Jenis-Jenis Mitra Kerja Dan Menjalिन Hubungan Dengan Mitra Kerja	49
1. Jenis-Jenis Mitra Kerja	49
2. Menjalिन Hubungan Dengan Mitra Kerja	51
B. Latihan	52
VIII. PRAKTEK PELAKSANAAN EVENT	53
A. Kiat Sukses Pelaksanaan Event, Judul Dan Tema Event, Praktek Pelaksanaan Event	53
1. Kiat Sukses Pelaksanaan Event	53
2. Judul Dan Tema Event	58
3. Praktek Pelaksanaan Event	60
B. Latihan	62
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan EO	16
Gambar 2. Peralatan Make Up	27
Gambar 3. Prosesi Penutupan Waring	29
Gambar 4. Prosesi Catatan Sipil	31
Gambar 5. Ruangan Resepsi Pernikahan	32
Gambar 6. Wedding Toast	34
Gambar 7. Tempat Event Wedding	61

A. PENDAHULUAN

Event organizer merupakan jenis usaha dalam dunia bisnis entertainment yang membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten di bidang ini. Profesi sebagai EO membutuhkan pribadi yang berani, kreatif dengan ide-ide cemerlang sehingga dapat memberikan kualitas jasa yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Lembaga pendidikan diharapkan dapat menjawab kebutuhan dunia usaha akan kualitas sumber daya manusia yang kompeten menjalankan usaha *event organizer*.

Materi pembelajaran *event organizer* dibuat untuk melengkapi ilmu pengetahuan dan keterampilan mahasiswa agar memiliki kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan lapangan pekerjaan. Modul ini terdiri delapan kegiatan belajar yang mencakup pengertian, jenis dan peran EO, sumber daya manusia dalam EO, sistem kerja EO, penyelenggaraan event, peran sponsor dalam EO, mengelola keuangan EO, mitra kerja EO dan praktek pelaksanaan event di akhir perkuliahan.

Perkiraan waktu yang dibutuhkan dalam penyajian modul ini adalah dua kali tatap muka perminggu, satu kali tatap muka terdiri dari dua jam. Mahasiswa dapat menggunakan modul ini secara mandiri dengan membaca dan memahami setiap materi pembelajaran dan contoh yang diberikan dalam modul, membuat tugas sesuai instruksi dan memberikan umpan balik dengan membuat soal latihan yang diberikan dibagian akhir modul. Setelah mempelajari materi pembelajaran I sampai VIII, mahasiswa dapat mengimplementasi ilmu pengetahuan dan keterampilan mengorganize sebuah event dalam kegiatan praktek.

B. KEGIATAN BELAJAR

I. PENDAHULUAN

Tujuan :

Setelah mengikuti kegiatan belajar ini mahasiswa dapat menjelaskan pengertian event organizer, jenis-jenis dan klasifikasi event serta peran EO dalam menyelenggarakan sebuah event

A. Pengertian, Jenis-Jenis Dan Peran Event Organizer

1. Pengertian Event Organizer

Bicara tentang *event organizer* – selanjutnya disebut EO – kita harus mengerti dulu tentang apa kriteria *event organizer*. Istilah ini sekarang memang sangat populer, karena dunia EO di berbagai tempat semakin berkembang. Bahkan, beberapa pihak telah menjadikannya sebagai profesi.

Organizer tidak jauh beda pengertiannya dengan sebuah kepanitiaan, mulai dari level ‘Perpisahan Sekolah’ sampai ‘Pindah Jabatan’, kita selalu terlibat dengan apa yang namanya panitia. Berikut ini yang dikemukakan oleh Adrie Subono (JAVA Musikkindo Present WOW!! : Glossary) *Event Organizer adalah penyelenggara kegiatan.*

Sedangkan menurut pakar manajemen Rhenald Kasali, mengemukakan bahwa bisnis *Event Organizer adalah bisnis yang menerapkan konsep manajemen secara berkesinambungan dan konsisten dalam mengeksplorasi dunia entertainment sedalam-dalamnya.* Yang dibangun dari sebuah tim yang mencatat *every single detail* dari proses memilih acara, mengemas acara, memenuhi pembayaran, mengurus perizinan, meyakinkan keamanan pelaksanaan, merekam gejolak keinginan pasar, serta menyiapkan teknologi dan pemasarannya, sampai pada *event report* (laporan pertanggung jawaban) atau evaluasi.

Selanjutnya yang dikemukakan oleh Indro’Kimpling’Suseno (Cara Pinter Jadi Event Organizer) : *Event Organizer adalah sekelompok orang yang terdiri dari tim pelaksana, tim pekerja, tim produksi, dan tim manajemen yang melaksanakan tugas operasional suatu program acara atau melakukan pengorganisasian untuk mewujudkan suatu program acara.*

Dalam pengertian sederhana yang di sebut sebagai Event Organizer adalah pengelola suatu kegiatan (Pengorganisir Acara). Setiap kegiatan yang di selenggarakan bertujuan untuk memperoleh keuntungan di kedua belah pihak, baik penyelenggara maupun yang hadir pada saat kegiatan berlangsung. Keuntungan ini tidak harus bersifat material namun juga bisa bersifat non material. Bentuk sebuah Event Organizer sendiri sebenarnya telah di kenal di berbagai organisasi kemasyarakatan, lingkungan pekerjaan, maupun dalam lingkungan pendidikan (in-house production). Diantaranya; kepanitian peringatan HUT RI di lingkungan tempat tinggal kita, kepanitian Out Bond di lingkungan kerja, kepanitian ulang tahun sekolah yang di selenggarakan oleh OSIS, dan lain sebagainya.

2. Jenis-Jenis Event Dan Klasifikasi Event

-Jenis-Jenis Event

Organizer mempunyai ruang lingkup kerja yang luas, sesuai jenis acara yang ada dan perkembangannya. Macam-macam jenis acara antara lain dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Olahraga

- Pertandingan professional
- Kompetisi peringkat
- Pertandingan persahabatan (eksebisi)
- Lomba-lomba

2. Seni

- Pementasan/pergelaran *profit oriented*
- Pementasan/pergelaran program acara
- Non profit*
- Institutional/privat*
- Lomba/festival
- Pentas eksebisi/apresiasi

3. Topik Bicara

- Diskusi/dialog
- Seminar

- Sarasehan
- Talk show*
- Variety show*
- Presentasi

4. Pameran

- Pameran komoditi perdagangan
- Pameran seni dan budaya

5. Pribadi

- Pesta Pernikahan
- Pesta ulang tahun
- Syukuran
- Jabatan baru
- Pisah sambut dan pesta peringatan pribadi.

- Kasifikasi Event Organizer

Bentuk acara, mulai dari pesta ulang tahun dirumah sampai setingkat *olympiade* dunia, memerlukan hasil kerja para EO. Tanpa sentuhan tangan EO, acara tersebut tidak dapat terwujud. Istilah penyebutan *Event Organizer* (EO) bisa berbeda-beda, seperti misalnya : *Production, Communication, Biro Jasa/Agency, Management, Panitia Pelaksana, Organizing Committee, Entertainment*, dan lain-lain.

Pada prakteknya, memang sebagai EO, tidak akan mungkin menyelenggarakan semua *event*, pastinya ada klasifikasi spesialisasinya. Klasifikasi ini muncul secara alamiah saja. Biasanya menyangkut klien yang sudah biasa dilayani. Beberapa klasifikasi EO antara lain sebagai berikut :

EO Spesialisasi Kontraktor

EO ini spesialis melayani keperluan perusahaan atau instansi yang akan punya hajat. Hampir semua perusahaan atau instansi punya *event* yang sifatnya internal atau program *event* yang disusun secara internal oleh mereka sendiri. Dan untuk melaksanakannya, mereka biasanya menggandeng EO demi efisiensi dan keberhasilan *event* tersebut. Sebab, mereka tidak punya cukup waktu, tenaga dan pikiran untuk membentuk panitia internal diantara mereka sendiri untuk melaksanakan keseluruhan *event* tersebut. Ini beda dengan *event* mereka sebagai

bagian dari program promosi. Misalnya acara ulang tahun perusahaan, acara *gathering* konsumen mereka, agen, atau keperluan kanvas keliling, *direct promotion*, dan lain-lain.

EO Spesialis Program

EO ini mengandalkan sebagian besar hidupnya melalui program/konsep *event* yang mereka buat untuk dijual kepada sponsor. Misalnya *event* atau acara *showbiz*, *expo*/pameran, kompetisi olahraga/otomotif dan lain-lain.

3. Peran Event Organizer

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, dewasa ini telah memperlihatkan ke arah yang menggembirakan. Terbukti dengan semakin menjamurnya berbagai bentuk badan usaha yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa, baik itu skala kecil maupun besar. Salah satunya adalah Event Organizer. Dalam pengertian ini yang di maksudkan dengan Event Organizer lebih mengarah pada profesi, yaitu suatu lembaga baik formal maupun non formal, yang di percaya untuk melakukan kegiatan. Kegiatan-kegiatan tersebut : peluncuran suatu produk baru, pesta, seminar, pagelaran musik, dan lain sebagainya, di sesuaikan dengan permintaan pengguna jasa atau inisiatif Event Organizer sendiri. Di sini yang membedakan sebuah event organizer dalam bentuk kepanitiaan (*in-house production*) dan event organizer yang mengarah pada profesi, dapat di lihat dari keberlangsungan event organizer tersebut. Apabila dalam bentuk kepanitiaan, setelah kegiatan selesai dilaksanakan maka selesai pula tugas orang-orang yang terlibat di dalam kepanitiaan. Sedangkan dalam event organizer yang mengarah pada profesi, meskipun kegiatan telah berakhir, akan tetapi kegiatan orang-orang di dalamnya akan tetap berlangsung.

Peran EO dapat dilihat pada pelaksanaa tugasnya untuk menyelenggarakan berbagai event sesuai spesifikasinya. Peran EO dalam tugas-tugasnya adalah sebagai berikut :

1. EO adalah penyelenggara acara. Semua yang berhubungan dengan acara dari persiapan sampai laporan jadi tanggung jawab.
2. Tugas utama EO dan prinsipnya adalah mengorganisir acara secara keseluruhan dari A sampai Z
3. Tugas EO adalah membantu kliennya untuk dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan, *full support!*, kenapa klien tidak menyelenggarakan acaranya sendiri karena

keterbatasan sumber daya manusia yang fokus dalam hal ini dan bukan tugas utama mereka.

4. Klien punya fokus yang besar untuk brand dan perusahaannya. Maka disini ada *demand* dan *opportunity* yang besar untuk EO bisa masuk. EO dapat membantu klien untuk mempromosikan brand perusahaannya.
5. Klien menyerahkan event kepada EO yang profesional di bidangnya dan pastinya hasilnya harus lebih bagus daripada dikerjakan sendiri
7. EO adalah usaha dalam bidang jasa yang secara sah ditunjuk oleh kliennya, guna mengorganisasikan seluruh rangkaian acara mulai dari perencanaan, persiapan, eksekusi hingga evaluasi dalam rangka mewujudkan tujuan yang diharapkan klien untuk acara.
8. EO harus jadi penyedia solusi bisnis untuk kebutuhan klien, support untuk bersama memikirkan keputusan yang terbaik dan pas bagi event.
9. Peran EO adalah sebagai *business partner*, bukan pelayan. Jadi secara hirarki, sejajar dengan klien maka tanggung jawab sama besar.

B. Latihan

Essay

1. Jelaskan pengertian Event Organizer menurut Renald Khasali
2. Sebutkan jenis-jenis dan klasifikasi event organizer
3. Jelaskan peran EO dalam menyelenggarakan event
4. Jelaskan perkembangan bisnis event organizer di era milenial
5. Berikan gambaran tentang salah satu perusahaan EO di Indonesia beserta contoh event yang pernah diselenggarakan.

Tugas

Mahasiswa mencari informasi dari berbagai sumber tentang nama dan alamat perusahaan-perusahaan EO ternama yang ada di kota-kota besar Indonesia.

II. SUMBER DAYA MANUSIA DALAM ORGANISASI EVENT ORGANIZER

Tujuan :

Setelah mengikuti materi ini, mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan jenis sumber daya manusia dalam organisasi perusahaan yang bergerak di bidang usaha event organizer serta job description

A. Gambaran Umum Organisasi EO, Posisi Dan Jabatan, Job Description Dalam Organisasi Event Organizer

1. Gambaran Umum Organisasi EO

Event Organizer atau EO bisa dikatakan adalah sekumpulan orang-orang yang ahli di bidangnya, dalam menyelenggarakan sebuah acara atau event. Dan karena biasanya acaranya kompleks (mengandung berbagai unsur atau komponen) maka diperlukan juga beberapa orang yang mumpuni di berbagai unsur tersebut untuk mengerjakan event tersebut. Dulu misalnya, di era 80-90an, sebuah acara atau event ulang tahun anak-anak berusia sekitar 5 atau 7 tahun harus dipersiapkan sedemikian rupa agar meriah dan berkesan. Mungkin talent yang dibutuhkan hanyalah seorang tukang sulap atau seorang badut, atau seorang pendongeng. Atau mungkin ketiganya sekaligus. Cuma, dalam pelaksanaan di lapangannya, dibutuhkan lebih dari sekedar orang yang berbakat.

Selain sang orangtua yang menjadi promotornya, mungkin ada pula sang tante yang mendata siapa saja yang perlu diundang, jenis makanan apa saja yang perlu dihidangkan, susunan acaranya apa saja dan lain sebagainya. Dan sang om juga bisa turut membantu dengan memilih bentuk undangan, mencari toko yang termurah, menawar harganya, mencari sound system dan lain-lain. Kemudian ada kakak sepupu yang mungkin bisa membantu dengan mengirimkan undangan ke beberapa tetangga, meniup balon, memasang pita warna-warni. Dan jangan dilupakan juga, peran bibi di dapur yang mempersiapkan makanan. Ternyata, untuk mengadakan sebuah pesta ulang tahun bagi seorang anak kecil membutuhkan lebih dari 2-3 orang yang harus bisa mengerjakan beberapa tugas sekaligus. Sekarang, di era mulai dari era 90an hingga sekarang, cukup dengan booking sebuah restoran

cepat saji kemudian sebar pesan melalui handphone ke para undangan, sebuah acara lengkap dengan badut, MC, dekorasi, sound system dan lain-lain sudah siap diselenggarakan.

Secara garis besar, itulah EO. Sekumpulan orang yang mempunyai tugas dan fungsi yang berbeda-beda namun bisa saling berkolaborasi dan bersinergi untuk mensukseskan penyelenggaraan sebuah acara. Semakin kompleks acaranya, tentunya membutuhkan lebih banyak personil dalam tubuh EO.

2. Posisi Dan Jabatan Dalam Organisasi EO

Jika kita melihat ke dalam struktur sebuah EO, kita akan menemukan berbagai posisi dan jabatan, yang tentunya disesuaikan dengan acara yang akan diselenggarakan. Namun jika kita melihat ke sebuah perusahaan EO, maka kita akan melihat bahwa strukturnya kurang lebih sama dengan struktur perusahaan jasa pada umumnya.

Dalam sebuah perusahaan EO, yang biasanya ada adalah:

- bagian marketing,
- bagian administrasi,
- bagian keuangan,
- dan bagian teknis EO itu sendiri.

Seperti yang sudah diketahui, bagian marketing tugas utamanya adalah mencari client bagi EO. Kemudian bagian administrasi bertugas mengurus segala sistem administrasi yang diperlukan. Lalu bagian keuangan bertugas “menjaga gawang” perusahaan EO tersebut dari sisi financial dan akuntansi. Kemudian bagian teknis EO adalah bagian yang bertugas untuk menyelenggarakan acara.

Yang ingin dibahas dalam topik ini adalah posisi-posisi yang ada di bagian teknis dari EO tersebut. Tidak semua posisi bisa digambarkan dalam ulasan ini. Masing-masing perusahaan punya rules dan kebijakan yang berbeda-beda, karenanya posisi-posisi yang diterangkan ini sebaiknya tidak dijadikan patokan. Sebaliknya, tempatkan posisi yang anda butuhkan untuk usaha EO anda.

Posisi-posisi Dalam Organisasi EO

Beberapa posisi yang punya fungsi dan peranan penting dalam dunia usaha EO adalah sebagai berikut:

Event Manager atau Event Director atau Project Manager

Penamaan bisa berbeda-beda, tetapi kurang lebih fungsinya sama, yaitu orang yang memegang peranan terpenting dalam sebuah penyelenggaraan acara. Dalam setiap EO harus ada orang yang mengerti tentang penyelenggaraan acara mulai dari A sampai Z. Biasanya, pengalaman dan jam terbangnya sudah tinggi. Kenalan dan mitranya segudang. Skill-nya sudah mumpuni dan punya sense dan feeling yang peka terhadap potensi permasalahan yang biasa timbul di dunia EO.

Di perusahaan EO, orang seperti ini biasanya sudah menduduki posisi sebagai owner atau direktur, dan jika ada event project dia akan merekrut orang lain berkemampuan sama untuk dijadikan Event Manager atau Project Manager, dan dia sendiri bertindak sebagai supervisor untuk mengawasi Event Manager atau Project Manager tersebut.

Biasanya, di awalnya, sang owner yang sudah berpengalaman ini membuatkan ide dan konsep acara bagi client berdasarkan panduan atau brief yang sudah diperoleh marketing sebelumnya. Dan kalau sudah maju pitching dan menang tender, baru kemudian dia melakukan rekrutmen dan memimpin anak buahnya dalam menyelenggarakan acara client tersebut. Kalau proyek dari perusahaan EO ini banyak, maka biasanya sang owner ini akan merekrut orang yang punya kemampuan sama dan setara dengan dia atau sedikit dibawahnya untuk kemudian dijadikan Project Manager atau Event Manager atau Event Director dari event client tersebut. Jika proyeknya sangat besar dan membutuhkan keahlian yang sangat tinggi, maka si owner bisa juga tidak segan merekrut orang yang lebih ahli darinya dan kemudian mempelajari skill orang tersebut dengan jadi pengamat, kalau perlu jadi asisten si ahli tersebut. Jadi tidak harus selalu merekrut orang dengan kemampuan yang ada dibawahnya untuk melakukan pekerjaan. Namun karena ide dan konsep yang disetujui client berasal dari sang owner, maka meskipun orang yang direkrut lebih ahli dari yang merekrut, tetap saja dia harus mendapatkan insight/panduan tentang ide dan konsep acara dari si owner. Kesimpulannya, harus ada orang yang berada di posisi lead, untuk mengatur bagian teknis EO, mulai dari pembuatan konsep acara hingga implementasinya di lapangan. Orang ini harus mengerti detil-detil teknis dan non teknis. Detil teknis seperti produksi dan lain-lain. Detil non teknis seperti administrasi, keuangan dan lain-lain. Kemudian masih harus

ditambah lagi dengan jam terbang yang tinggi sehingga bisa membuat proposal yang bagus, mengena obyektifnya, profitable dan masih within budget.

Production

Manager

Segala sesuatu hal yang berkaitan dengan teknis acara posisinya dipegang oleh seorang Production Manager. Stage, Light system, Sound System, Front of House, Security, tenda, electricity, dan lain-lain bahkan mungkin sampai ke kaos atau topi event bisa dikerjakan di bagian produksi di bawah pimpinannya. Semakin besar event-nya, semakin besar pula “pasukannya”. Keluwesannya dalam berhadapan dengan client dan ketegasannya untuk mengambil keputusan di saat genting merupakan kunci utama dari kepiawaian seorang Production Manager. Biasanya, seorang Production Manager punya beberapa orang yang berperan sebagai tangan kanannya. Ada tangan kanan yang menangani stage, atau lighting, atau sound, atau FoH, atau security/keamanan, atau kelistrikan dan lain-lain. Koordinasi merupakan kata kunci di divisi ini.

Production Manager yang bijaksana akan selalu memeriksa kesempurnaan hasil produksi divisinya. Seperti kata pepatah: ”Tak ada gading yang tak retak” maka dia selalu sadar bahwa pasti akan ada kekurangan dari divisi produksi. Karena itu, biasanya Production Manager selalu meminta direct report bila ada permasalahan yang terjadi di bawah wewenangnya. Semakin cepat masalah diatasi, maka semakin sempurna hasil pekerjaannya.

Berikut ini adalah posisi-posisi yang berada di bawah Production Manager

- Assistant Production Manager (wakil dari Production Manager)
- Traffic Management Officer (mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan kinerja produksi)
- Administration Officer (mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan administrasi produksi)
- Production Finance Officer (mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan keuangan produksi)
- Internal Production Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan produksi internal)
- Venue Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan venue / lokasi event)
- Permit Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan perijinan)
- Security Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan keamanan acara)
- Stage Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan panggung)

- Stage Management Coordinator (biasanya akan bekerja sama dengan Stage Director/Manager)
- Lighting System Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan tata cahaya)
- Sound System Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan tata suara)
- Talent Coordinator (biasanya akan bekerja sama dengan Talent/Artist Management)
- FoH Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan Front of House)
- Vendor Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan vendor/supplier dll.)
- Electricity Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kelistrikan)
- Water Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kebutuhan)
- Public Facility Coordinator (mengatur segala sesuatu hal yang berkaitan dengan fasilitas publik)
- General Support Coordinator (mengatur segala hal yang umum yang berkaitan dengan produksi)
- Dan lain-lain
- Posisi-posisi tersebut diatas biasanya disesuaikan dengan acara dan permintaan client. Posisi-posisi di atas tersebut hanyalah sebuah ilustrasi saja. Ada beberapa yang bisa dirangkap tetapi ada juga beberapa yang perlu dipecah. Semua posisi dan perlu tidaknya posisi tersebut akan diputuskan bersama di internal EO, setelah melihat kompleksitas dari acara yang diinginkan client.
- Jika acaranya dilakukan di indoor sebuah hotel, maka tentunya Public Facility Coordinator (yang biasanya mengurus toilet portable, tempat sampah, layanan informasi event dan lain-lain) bisa dialihfungsikan atau tidak digunakan. Jika client menghendaki adanya iring-iringan mobil atau motor dalam jumlah puluhan atau ratusan tentu dibutuhkan Transportation & Traffic Coordinator.
- Gambaran fungsi dan tugas Production Manager tersebut diatas, tidaklah sesederhana seperti yang diuraikan, namun dapat memberikan gambaran bagaimana cara kerja production manager dalam mengorganisir event sesuai kebutuhan dan keinginan client.

3. Job Description Dalam Organisasi EO

1. Direktur Utama

a. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang administrasi keuangan, kepegawaian dan kesekretariatan; b. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan dan peralatan perlengkapan; c. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan; d. Mengendalikan uang pendapatan, hasil penagihan rekening penggunaan air dari langganan; e. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direktur Utama; f. Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib; keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat; menyesuaikan alokasi waktu per item masalah; menentukan urutan agenda; mengarahkan diskusi ke arah konsensus; menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan; g. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar; h. Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari board dan sub-komite sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas; i. Mengambil keputusan sebagaimana didelegasikan oleh kepala bagian atau pada situasi tertentu yang dianggap perlu, yang diputuskan, dalam meeting-meeting kepala bagian; j. Menjalankan tanggung jawab dari direktur perusahaan sesuai dengan standar etika dan hukum Direktur Keuangan; k. Secara rutin mengkoordinir dan mengawasi dalam arti luas segala kegiatan/aktivitas keuangan perusahaan, dan membuat pertanggungjawaban masalah keuangan perusahaan kepada direktur sesuai ketentuan yang berlaku. l. Mendata gaji karyawan; dan m. Menetapkan dengan pembubuhan tanda paraf setiap persetujuan pembiayaan yang dapat dikeluarkan, dan memberikan laporan situasi kas kepada komisaris.

2. Direktur Operasional

a. Sistem operasional dibawah naungan Direktur Operasional; b. Menentukan lulus atau tidaknya karyawan masuk perusahaan; c. Merangkap operasional; d. Mengatur sistem kerja; dan e. Menyiapkan Standard Operasional Perusahaan (SOP).

3. Direktur Umum

- a. Sebagai pembantu pimpinan dalam menangani khusus bidang perkantoran yang meliputi masalah personalia, administrasi perkantoran maupun ketertiban kantor.
- b. Berkewajiban membantu dan mengatur setiap pelaksanaan kerja yang bertujuan memperlancar operasional disegala bidang, baik disiplin dan kemampuan manusianya, materialnya serta sistem administrasinya yang terpadu secara menyeluruh.

4. Direktur Keuangan

- a. Bertanggungjawab atas segala hal yang berhubungan dengan keuangan perusahaan b. Menyusun anggaran tahunan perusahaan
- c. Mendata serta mengontrol arus dana (keluar dan masuk) perusahaan d. Membuat laporan anggaran tahunan yang akan dipertanggungjawabkan di dalam rapat perusahaan

5. Tim Kreatif dan Desain

- a. Bertanggung jawab kepada klien yang mengadakan event, baik itu klien ataupun sponsor;
- b. Membuat rencana dan strategi event, penjadwalan kerja secara umum, anggaran serta pendelegasian kerja secara detail, akurat dan efisien;
- c. Mengkoordinasikan semua pelaksanaan kegiatan kepada semua pihak artis (talent, pengisi acara), sponsor dan subordinat;
- d. Bertanggungjawab atas kualitas, kelancaran acara serta operasional seluruh kegiatan pertunjukan;
- e. Mengontrol jalannya persiapan serta pelaksanaan acara;
- f. Mencari/menganalisis dan memutuskan masalah yang timbul serta memberi solusi; dan g. Merangkum semua laporan divisi untuk dijadikan bahan evaluasi dan laporan.

6. Tim Produksi

Tim produksi adalah bagian yang bertanggung jawab atas perencanaan, desain, budgeting serta pelaksanaan produksi yang menyangkut peralatan penunjang acara (panggung, lampu (lighting), sound sistem, generator dan sebagainya), serta tenaga kerja produksi. Diperlukan data yang lengkap mengenai spesivikasi serta skala produksi, pengisi acara(raiders), lokasi

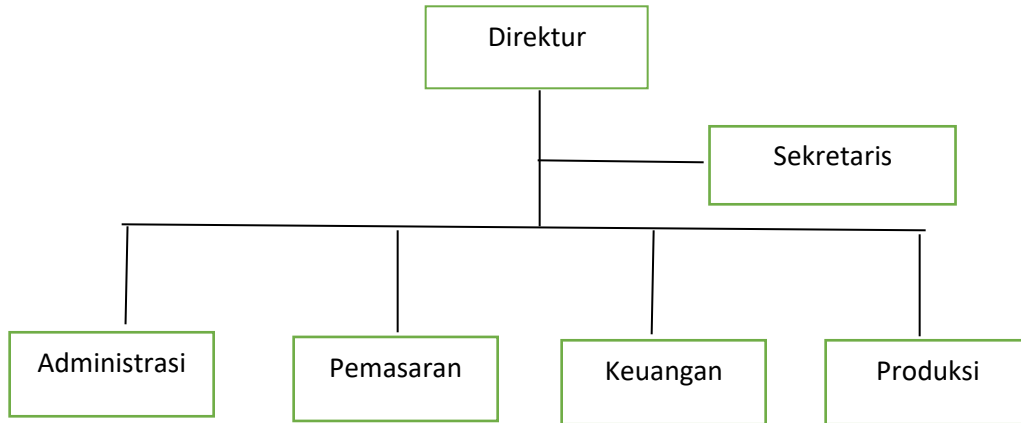
acara (venue) yang disusun menjadi penjadwalan seluruh bidang produksi (pengiriman, load in/ load out, sound check, showtime dan sebagainya). Diperlukan koordinasi dan ketepatan waktu pemasangan, karena keterlambatan satu bagian produksi dapat mempengaruhi pekerjaan yang lain. Oleh karena itu jadwal produksi harus disepakati dalam suatu perencanaan (production plan) dan ditepati dalam pelaksanaan. Pemahaman tentang teknis dan konstruksi diperlukan. Dalam pekerjaan produksi, faktor keamanan harus diperhatikan dalam proses produksi, karena menyangkut hal-hal yang beresiko kecelakaan tinggi (listrik, barang berat, ketinggian konstruksi, kembang api dan sebagainya), maka alat pengaman (sarung tangan, sepatu kerja, harness dan sebagainya) serta peralatan penunjang kerja (peralatan tenaga listrik/power tools) sebaiknya dipergunakan. Catatan: Pertunjukan yang berpindah lokasi/kota (tour atau road show) sangat membutuhkan penjadwalan yang ketat dan detail baik transport, alokasi crew, peralatan serta pembangunan produksi, menjaga stamina dan mengendalikan kejenuhan dalam perjalanan dapat membantu performa kerja. Penanggung jawab produksi harus dapat menganalisa kondisi kerja di lapangan karena tekanan pekerjaan yang di hadapi crew sangat tinggi.

7. Marketing

- a. Membina hubungan baik dengan dunia luar, yang merupakan calon-calon dari konsumen perusahaan
- b. Memahami visi misi serta keunggulan perusahaan untuk kemudian memasarkan jasa perusahaan kepada calon-calon konsumen.

Contoh Organisasi Event Organizer

Berikut ini adalah contoh struktur organisasi garis Perusahaan EO



Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan EO

B. Latihan

Essay

1. Gambarkan contoh struktur organisasi perusahaan event organizer
2. Jelaskan posisi dan jabatan dalam organisasi perusahaan event organizer
3. Jelaskan job description bagian marketing dalam organisasi perusahaan event organizer
4. Jelaskan job description bagian keuangan dalam organisasi perusahaan event organizer
5. Apa saja tugas dan tanggung jawab direktur operasional dalam perusahaan EO

III. SISTEM KERJA EVENT ORGANIZER

Tujuan :

Setelah mengikuti materi ini, mahasiswa dapat menjelaskan bagaimana posisi EO dalam 5 P, pedoman profesi EO dan factor-faktor penunjang suksesnya bisnis EO

A. Posisi EO Dalam 5 P, Pedoman Profesi EO, Faktor Penunjang Bisnis EO

1. Posisi EO Dalam 5 P

Penting untuk dimengerti dimana letak posisi EO berada. Karena ini menyangkut lingkup tanggung jawab yang melekat dan menyertainya. Urutan posisi para pihak yang sesuai dengan lingkup wilayah kerja dan tanggung jawab adalah sebagai berikut :

1. *Penyandang dana*. Ini dapat berupa sponsor atau instansi/perusahaan yang mempunyai 'hajat' dalam istilah sederhana adalah pihak yang mengeluarkan dana untuk pelaksanaan suatu program.
2. *Pelaksana*. Disinilah posisi dan peran EO yang sesungguhnya. Pelaksana harus bekerja keras untuk mewujudkan impian dan kepuasan semua pihak. Karena menjadi pusat dari seluruh pihak yang ada, maka pelaksana memiliki posisi yang sangat vital dan strategis.
3. *Penampil*. Penampil ini salah satu kunci daya tarik suatu program. Semua jenis program sangat tergantung pada para penampilnya. Contoh: kompetisi sepakbola tingkat regional, bila tidak diikuti oleh kesebelasan top, kurang mempunyai daya tarik.
4. *Penonton*. Apapun program *eventnya*, faktor kehadiran penonton/tamu akan menjadi sangat penting. Baik membayar atau gratis, pesta kecil dirumah sampai dengan tingkat lomba formula satu, faktor penonton adalah salah satu tolak ukur kesuksesan *event*.
5. *Pengamat*. Ini biasanya dari kalangan pers, atau justru kawan-kawan kita sendiri, atau siapapun yang memperoleh informasi tentang *event* yang kita laksanakan. Para pengamat atau orang luar mempunyai pengaruh sebagai humas atau *public relation* (PR) kita secara tak langsung.

Posisi diatas disebut sebagai UNSUR 5-P. kelima unsur itu harus PUAS, yang bisa tercapai berkat kerja keras UNSUR P ke 2, yaitu pelaksana yang EO. Ilmu EO tidak semata-mata dapat kita peroleh di bangku-bangku sekolah, kursus atau kuliah. Ia adalah ilmu lapangan, yang dapat diperoleh dengan praktek langsung di lapangan. Walaupun tergolong

ilmu lapangan, tetapi juga perlu didasari dengan prinsip berpikir metodologi dan manajerial professional. Tanpa didasari hal tersebut hasilnya tentu kurang memuaskan.

2. Pedoman Profesi EO

Beberapa kunci landasan kerja EO tidaklah terlalu rumit. Sistem kerja EO memiliki pola dasar kerja yang standar, berlaku dimana-mana. Sebenarnya, semua berdasarkan pada satu kata, yaitu semangat. Dengan semangat, kita mampu memasuki jiwa kerja EO. Beberapa hal yang perlu kita perhatikan sebagai landasan ketika kita berpikir untuk memilih profesi sebagai EO, antara lain adalah :

- Kepekaan tingkat tinggi.
- Kemampuan berkomunikasi/bernegosiasi/dialog.
- Kepercayaan diri
- Kemampuan menyusun perencanaan/konsep.
- Kemampuan analisis biaya/keuangan.
- Kemampuan bekerjasama.
- Pengembangan seni imajinasi.
- Kemampuan membuat evaluasi.
- Kedisiplinan yang tinggi.

Berfikir Detil

Bicara soal EO adalah bicara tentang detil dan kerja keras. Dimanapun kita berkantor atau bekerja, ditempat itulah kita akan menemukan dasar-dasar kerja yang secara teknis mengorganisir sebuah program. Cara kerjanya mempunyai acuan yang tidak jauh beda dengan prinsip dasar kerja dibidang lain. Beberapa hal penting antara lain sebagai berikut:

- *Pemahaman Program.* Seluruh tim pelaksana harus mempunyai tingkat pemahaman tentang program tertentu, baik secara teknis maupun ‘jiwa’ dari program tersebut.
- *Seni Imajinasi.* Ini adalah imajinasi kita yang terkendali. Artinya sebatas kita mencoba membuat suatu imajinasi tentang proses terwujudnya sebuah program sampai pada saat pelaksanaan program tersebut. Bagaimana alurnya, dimana klimaksnya, dimana daya tariknya, kejutan apa dan lain-lain.

- *Konsep Tertulis*. Ini terwujud dalam bentuk proposal tertulis. Proposal ini harus ringkas, singkat, informasi, detil, menarik dan mudah dimengerti.
- *Rancangan Waktu Kerja*. Hal ini biasa disebut dengan *time schedule*, termasuk susunan acara yang rinci (*run down*).
- *Kontak Penampil*. Gerakan menghubungi semua pihak yang terlibat atau terkait pada program tertentu. Kontak dilakukan secara rinci, jelas, tepat dan akurat
- *Rancangan Budget*. Rancangan *budget* pada prinsipnya harus dikontrol setiap hari, bahkan per dua jam pada saat mendekati hari H. ini penting untuk mencegah terjadinya *over budget*. Jadi harus diadakan upaya *balancing* terus-menerus.
- *Informasi*. Ini merupakan langkah upaya mendatangkan tamu atau penonton. Untuk program *privat*, biasanya cukup dengan undangan, sedangkan untuk program *event* yang besar perlu langkah publikasi, pemasaran, promosi dan lain-lain.
- *Kontrol Pelaksana*. Mendekati hari pelaksanaan dan pada saat pelaksanaan, tingkat kontrol harus semakin meningkat, karena disaat-saat itulah biasanya hal-hal tak terduga terjadi dan membutuhkan antisipasi cepat untuk menerapkan rencana A, B, C dan seterusnya.
- *Doa Bersama*. Langkah ini menjadi sangat penting karena apapun yang kita rencanakan dan kita lakukan, kita perlu membangun kebersamaan yang solid dan memohon kepada Tuhan Yang Maha Kuasa untuk memberikan karunia.
- *Laporan Akhir*. Setelah evaluasi, semua harus tersusun dalam satu berkas laporan akhir yang lengkap.

3. Faktor Penunjang Suksesnya Bisnis EO

Faktor-faktor apa saja yang dapat menunjang suksesnya sebuah *event organizer* hingga mencapai suatu tahap memiliki *branding image* ternama? Berikut ini adalah syarat-syarat yang harus dimiliki sebuah event organizer

1. Tetapkan Pasar atau Market Bisnis yang Akan Dituju

Sebagai EO pemula atau yang akan memulai sebaiknya tentukan kemana EO akan dibawa, ke spesialis atau ke umum, tapi yang pemula lebih bagus ke spesialisasi dulu seperti konser musik, otomotif, expo atau pameran, *wedding ceremony*, atau seminar dan berbagai kegiatan

perusahaan atau organisasi (launching, munas, rakernas dll). Dan seiring berkembangnya perusahaan, EO bisa mengembangkan ke pasar yang lebih luas.

2. Ide Kreatif dan Inovatif

Bisnis EO adalah bisnis komunikasi dan bisnis hiburan, kepuasan dan ketertarikan menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Ketika tidak ada ide cemerlang dan kreatifitas, kita tidak bisa bersaing dengan perusahaan EO lainnya. Jangan takut untuk mewujudkan ide cemerlang yang inovatif dan bisa diterima masyarakat. Sebisa mungkin, hindari penawaran ide yang monoton. Usahakan munculkan ide tema acara yang menarik dan berbeda.

3. Perlu Punya Database

Dalam mengelola bisnis EO, database mempunyai peranan yang amat penting. Baik itu database sponsor, media, lembaga pemerintah, mitra strategis, dan database klien itu sendiri. Database ini akan sangat membantu terutama saat kita mendapatkan proyek yang harus disiapkan dalam hitungan hari. Hal ini bisa saja terjadi dalam dunia EO. Karena kesibukan klien, mereka sering kali memberikan order secara mendadak, dan mau tidak mau EO harus bisa memberikan jasa yang terbaik dalam tenggat waktu yang cukup ketat. Dalam praktiknya, bisnis ini memang membutuhkan kelincahan tingkat tinggi dan jaringan yang luas.

EO juga perlu bekerja sama dengan para pihak yang menyewakan segala perlengkapan yang biasanya dibutuhkan dalam sebuah event seperti sound system, LCD proyektor dan sebagainya. Hubungan dengan perusahaan percetakan atau advertising juga harus dibangun untuk mendapatkan supply bahan promosi dengan harga yang bersaing. Sebaiknya kita tidak hanya mengandalkan dari satu buah percetakan saja. Akan lebih aman jika EO mempunyai beberapa supplier percetakan sehingga bisa membandingkan harga dan membagi order jika dikejar oleh tenggat waktu yang ketat.

4. Bentuk Teamwork Yang Solid

Elemen yang menentukan juga maju tidaknya EO, pilih beberapa orang yang punya kemampuan dibidang masing-masing, jangan terlalu banyak atau gemuk teamworknya,

sedikit tapi punya kemampuan manajerial dalam memajukan EO, tapi akan bisa ditambah atau kita sesuaikan dengan situasi kondisi, misal ada sebuah event dan membutuhkan tenaga tambahan kita cari tenaga tambahan yg *part time* bersifat, dengan begitu kita mengefisiensikan anggaran.

5. Kemampuan Menjual

Kemampuan menjual sebuah acara juga penting bagi seorang EO. Disamping untuk menggaet sponsor potensial, juga untuk bisa meraih target audience yang dibidik. Para calon sponsor potensial ini biasanya tidak akan ragu ragu untuk mendanai jika mereka melihat ada value lebih dari event yang kita selenggarakan. Bukan tidak mungkin, seorang sponsor akan membooking berbagai event yang akan kita selenggarakan sebagai wahana mereka berpromosi. Entah itu sebagai sponsor tetap atau bahkan menjadi sponsor tunggal dengan mendanai seluruh biaya event yang kita butuhkan. Sekali lagi, hal itu amat tergantung dari kemampuan kita menjual konsep dan meyakinkan mereka bahwa event yang kita selenggarakan sangat worth it bagi perusahaan mereka.

6. Berpikir Detail

Tantangan lain seorang EO adalah bagaimana mampu melihat hal hal yang sangat detil dalam sebuah acara. Mulai dari teknis acara sampai perlengkapan yang sering kali jenisnya bermacam-macam. Seorang EO perlu membuat run down acara yang berisi teknis acara dan semua hal yang diperlukan selama acara tersebut. Dalam run down tersebut, akan bisa diketahui skenario acara dari detik ke detik berikut segala perlengkapan yang dibutuhkan. Seorang EO perlu memastikan ketersediaan seluruh perlengkapan yang dibutuhkan sebelum event dimulai. Tidak hanya itu saja, seluruh perlengkapan tersebut harus ditest terlebih dahulu sehingga bisa berfungsi secara optimal.

Dalam hal tata letak panggung atau back drop, seorang EO perlu memperhatikan tinggi ruangan. Hal ini berkaitan dengan ukuran dan desain backdrop agar tampak lebih eye catching. Jika diperlukan, sebuah mini garden bisa dibuat, dan dipercantik dengan teknologi variasi sinar lampu yang bisa memperindah penampilan panggung. Jika tidak ingin repot,

sebetulnya semua jasa pembuatan panggung atau backdrop ini bisa di serahkan kepada pihak lain yang profesional, tentu saja dengan imbalan atau fee yang telah disepakati.

7. Pembagian Job Description yang Jelas

Hal ini juga sangat penting agar progres setiap event berjalan dengan baik dan hasil yang kita harapkan sesuai dengan konsep yang disepakati. Jadi menjelang ada event sudah kita bagi *job description* masing-masing dan harus melaporkan progresnya masing-masing pada setiap meeting. Hal ini untuk mengetahui tingkat kesiapan setiap event, karena sukses tidaknya suatu event sangat bergantung dengan kesiapan, koordinasi dan kerjasama antar teamwork.

8. Buat Schedule atau Jadwal Kegiatan untuk Satu Tahun Ke depan

Karena EO sudah menuju profesional jadwal kegiatan harus sudah ada untuk setahun ke depan karena inilah faktor utama mendapatkan hasil atau profit. Agar masyarakat tidak jemu kemas kegiatan dan buat berbeda tiap bulan.

9. Modal usaha Event Organizer yang cukup

Untuk bisnis EO, perlu menyiapkan modal finansial terutama untuk memenuhi keperluan-keperluan EO seperti, Mengurus legalitas usaha (CV atau PT), menyewa kantor, pengadaan alat-alat kantor.

10. Ikuti Wadah Organisasi

Karena dengan adanya wadah organisasi/asosiasi EO sangat membantu perkembangan perusahaan. EO dapat berbagi pengalaman dan saling bertukar pengalaman dan saling membantu baik itu informasi atau dalam bentuk lainnya.

Sekali lagi, yang penting dalam bisnis ini adalah kreativitas. EO pada dasarnya berjualan kreativitas. Hal-hal yang berbau kreativitas inilah yang bisa bernilai tinggi. Untuk itulah seorang klien yang merasa puas mau membayar mahal.

B. Latihan

Pilihlah jawaban yang paling tepat dan benar untuk pernyataan dan pertanyaan dibawah ini

1. Pihak yang mengeluarkan dana untuk pelaksanaan suatu event
2. Kalangan Pers, kawan kita dan siapapun yang memperoleh informasi tentang event yang kita laksanakan.
3. Salah satu kunci daya Tarik program event yang dilaksanakan
4. Posisi dan peran EO yang sesungguhnya dan harus bekerja keras untuk mewujudkan impian dan harapan semua pihak.
5. Salah satu factor penunjang bisnis EO yang harus diwujudkan agar bisa bersaing dengan perusahaan EO lainnya.
6. Seluruh tim pelaksana harus mempunyai tingkat pemahaman tentang program tertentu, baik secara teknis maupun 'jiwa' dari program tersebut
7. Salah satu hal yang perlu kita perhatikan sebagai landasan ketika kita berpikir untuk memilih profesi sebagai EO
8. Untuk bisnis EO, perlu menyiapkan terutama untuk memenuhi keperluan-keperluan EO seperti, mengurus legalitas usaha (CV atau PT), menyewa kantor, pengadaan alat-alat kantor.

A. Penonton

B. Sponsor

C. Tim Kerja Yang Solid

D. Pemahaman Program

E. Penyandang Dana

F. Pelaksana

G. Tim Kerja

H. Pengamat

I. Penampil

J. Ide Kreatif dan Inovatif

K. Kepercayaan Diri

L. Modal Finansial

M. Sumber Daya

IV. PENYELENGGARAAN EVENT

Tujuan :

Setelah mengikuti materi ini, mahasiswa dapat menjelaskan unsur penunjang dalam penyelenggaraan event, tahapan penyelenggaraan event dan kiat menyusun acara dalam sebuah event.

A. Unsur Penunjang, Tahapan Penyelenggaraan Event, Kiat Menyusun Acara

1. Unsur Penunjang Dalam Penyelenggaraan Event

a. Penentuan Tempat

Lokasi/tempat pelaksanaan event harus diatur dan ditata dengan baik, menarik dan sesuai konsep acara. Untuk event pribadi biasanya client sudah menentukan tempat/lokasi sesuai dengan kebutuhan mereka, namun ada juga client yang menyerahkan kepada EO untuk mencari tempat/lokasi event yang bisa mewujudkan keinginan client. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi tempat event adalah :

- Letak yang strategis
- Ukuran tempat/kapasitas daya tampung
- Penataan ruangan/tempat (Indoor dan Outdoor)

b. Peralatan dan Perlengkapan

Setiap jenis event membutuhkan perlengkapan dan peralatan yang disesuaikan dengan konsep acara suatu event.

c. Sound System

d. Dekorasi

e. Lighting

f. Catering (Konsumsi)

2. Tahapan Penyelenggaraan Event

Untuk mewujudkan kesuksesan sebuah event merupakan sebuah kerja keras yang membutuhkan konsep yang jelas dan terarah. Di bawah ini beberapa tahapan strategis dalam menyelenggarakan sebuah event:

- Konsep yang menarik dan kreatif

- Proses tahapan pembuatan event
- Eksekusi event yang significant

Acara-acara tersebut di selenggarakan oleh perusahaan yang bersangkutan, namun semua pelaksanaannya dilakukan oleh sebuah penyedia jasa acara, biasa disebut EO.

Yang dibangun dari sebuah tim yang mencatat every single detail dari proses memilih acara, mengemas acara, memenuhi pembayaran, mengurus perizinan, meyakinkan keamanan pelaksanaan, merekam gejolak keinginan pasar, serta menyiapkan teknologi dan pemasarannya, sampai pada event report (laporan pertanggung jawaban) atau evaluasi. Tahapan-Tahapan dalam Penyelenggaraan Event (Joe Golbatt, 36-55: 2002)

a. Riset

Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan dan harapan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam, penyelenggaraan dapat melihat *trend* yang sedang berkembang, mengembangkan sistem penyediaan layanan baru dan memecahkan masalah kecil sebelum menjadi besar. Yang dilakukan umumnya hanya dengan menganalisis data sekunder dan laporan penyelenggaraan event sebelum-sebelumnya ataupun dari pengalaman. Panitia bisa melakukan riset dengan menyebar kuisioner atau melakukan *focus group discussion*.(Johan Saputro , 91:2014)

b. Desain (rancangan)

Tahap ini adalah tahap perumusan tema dan konsep event. Proses ini membutuhkan waktu cukup lama karena terjadi seleksi ide dan konsep *event*.

c. *Planning*

Tahap ini panitia mulai merumuskan strategi-strategi yang kemudian siap untuk diimplementasikan. Pada fase ini pula panitia melengkapi sumber daya yang diperlukan untuk penyelenggaraan event 15

d. *Coordinating*

Tahap ini penekanan diletakkan pada arus proses, koordinasi peserta dan pemecahan masalah jangka pendek. Panitia mulai mengimplementasikan strategi-strategi yang telah disusun, melakukan kegiatan audiensi, komunikasi kepada public, gladi bersih, dan kegiatan-kegiatan pra-event lainnya. Tahap ini bisa dimulai kurang lebih satu setengah bulan menjelang deadline penyelenggaraan event

e. *Evaluations*

Evaluasi terhadap penyelenggaraan event ini dapat dilakukan dengan metode review secara menyeluruh atau per-sesi. Tolak ukur menilai keberhasilan penyelenggaraan event dengan menggunakan indikator kuantitatif, seperti jumlah peserta atau undangan yang hadir dan transaksi, sedangkan hasil dari evaluasi kualitatif dan diumumkan saat penutupan acara.

3. Kiat Menyusun Acara

Salah satu faktor penting dalam pelaksanaan suatu event adalah bagaimana menyusun acara agar event yang dilaksanakan bisa sukses dan memberi kesan yang baik bagi unsur 5 P terutama penonton. Pada umumnya sebuah acara memerlukan apa yang disebut puncak acara atau klimaks. Tanpa adanya puncak acara maka acara akan terkesan monoton dan tidak bervariasi sehingga tidak memberikan kesan bagi orang yang hadir atau mengikuti acara tersebut.

Beberapa hal penting yang bisa dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun acara, dapat dilihat pada pelaksanaan beberapa event dibawah ini.

- Acara Showbiz/Pentas Musik Outdoor/Indoor
- Acara Pentas Musik Orkestra
- Acara Pesta Hiburan
- Acara Wedding Party, Birthdday Party, Anniversary
- Acara Seremonial/Protokoler
- Acara Seminar/Diskusi/Lokakarya/Sarasehan/Talk Show

b). *Contoh Organize Event Wedding*

Kebutuhan rangkaian acara pernikahan memang sangat banyak, mulai dari persiapan sampai puncak acara biasanya akan menguras cukup banyak tenaga dan pikiran. Oleh karena itu agar semua rencana bisa berjalan dengan lancar biasanya pihak keluarga mempelai akan membutuhkan orang lain untuk “membantu” mengatasi berbagai kebutuhan penyelenggaraan acara pernikahan. Penyelenggaraan event wedding berdasarkan paket wedding yang telah disepakati bersama klien

Berikut ini adalah contoh rangkaian acara pernikahan secara umum Susunan acara pernikahan modern sebaiknya diatur dengan sangat baik. Bagi yang harus mengadakan acara adat sebelum hari H biasanya akan dibedakan sendiri dalam menyusun acara pernikahan nya. Ada beberapa cara dalam menyusun acara pernikahan. Susunan acara pernikahan modern biasanya terbagi menjadi dua yaitu susunan acara untuk akad nikahnya dan untuk susunan acara resepsi. Agar lebih jelas, sebaiknya simak penjelasan mengenai susunan acara pernikahan modern berikut ini:

1. Pagi (Prosesi Pagi)

Morning Call

Waktu: 05.00

Tempat: Rumah

Hadir: Mempelai dan keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

Petugas membangunkan mempelai dan keluarga. Bisa secara langsung atau via telepon.

Menuju ke Tempat Make Up

Waktu: 05.30

Tempat: Perjalanan

Hadir: Mempelai dan keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

Mempelai dan keluarga menuju ke tempat make up.



Gambar 2. Peralatan Make up

Waktu: 06.00

Tempat: Salon

Hadir: Mempelai, keluarga, make up artist

Peralatan: -

Keterangan:

Proses make up dimulai. Dilanjutkan dengan memakai gaun dan jas pengantin.

Menuju ke Tempat Prosesi Pagi

Waktu: 08.00

Tempat: Hotel / rumah

Hadir: Mempelai dan keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

- Mempelai pria dan orang tua menuju ke hotel / rumah tempat prosesi pemasangan jas.
- Mempelai wanita dan orang tua menuju ke hotel / rumah tempat prosesi penutupan waring.

Prosesi Pemasangan Jas

Waktu: 08.30

Tempat: Hotel / rumah mempelai pria

Hadir: Mempelai pria, orang tua mempelai pria, pengapit, foto dan video

Peralatan: jas, rompi, dasi, sarung tangan, korsase, hand bouquet, sepatu, kaos kaki

Keterangan:

- Mempelai Pria memberi hormat kepada papa dan mama
- Pemasangan jas oleh papa dan mama
- Pemasangan sarung tangan oleh papa dan mama
- Pemasangan bunga jas (korsase) oleh papa dan mama, korsase dipasang terbalik
- Penyerahan bunga tangan (hand bouquet) oleh papa dan mama
- Papa dan mama mengapit mempelai pria, lalu berjalan ke pintu masuk kamar
- Kedua pengapit sudah siap di pintu masuk
- Kedua pengapit memberikan hormat kepada papa dan mama
- Kedua pengapit bersalaman dengan mempelai pria
- Papa dan mama menyerahkan mempelai pria kepada pengapit
- Mempelai pria dan kedua pengapit berjalan ke mobil pengantin untuk menjemput mempelai wanita

Prosesi Penutupan Waring



Gambar 3. Prosesi Penutupan Waring

Waktu: 09.00

Tempat: Hotel / Rumah mempelai wanita

Hadir: Mempelai wanita, orang tua mempelai wanita, foto & video

Peralatan: -

Keterangan:

- Mempelai wanita memberi hormat kepada papa dan mama
- Mempelai wanita duduk di kursi, diapit oleh papa dan mama
- Papa dan mama merapikan mahkota, anting, kalung, sarung tangan, dll. bersamaan
- Penutupan waring oleh papa dan mama, mempelai wanita ikut merapikan

Menuju ke Tempat Prosesi Temu Pengantin

Waktu: 09.30

Tempat: Perjalanan

Hadir: Mempelai pria, pengapit

Peralatan: Mobil pengantin

Keterangan:

- Sementara mempelai wanita melakukan proses penutupan waring, mempelai pria bisa menuju ke hotel / rumah mempelai wanita untuk bersiap melakukan prosesi temu pengantin.

Prosesi Temu Pengantin

Waktu: 10.00

Tempat: Hotel / rumah mempelai wanita

Hadir: Kedua mempelai, orang tua mempelai wanita, pengapit, foto & video

Peralatan:

Keterangan:

- Pengapit turun dari mobil, membukakan pintu mempelai pria
- Orang tua mempelai wanita sudah menunggu di pintu masuk
- Mempelai pria diapit pengapit berjalan ke pintu masuk kamar mempelai wanita
- Mempelai pria dan pengapit memberi hormat ke papa dan mama
- Pengapit menyerahkan mempelai pria ke papa dan mama
- Papa dan mama mengapit mempelai pria masuk ke ruangan
- Mempelai pria menjabat tangan mempelai wanita, lalu mencium tangan
- Papa dan mama mundur
- Mempelai wanita memutar korsase mempelai pria yang sebelumnya terpasang terbalik
- Mempelai pria memberikan hand bouquet ke mempelai wanita

Optional: Prosesi Langkahhan

Waktu: Setelah prosesi temu pengantin

Tempat: Hotel / rumah mempelai wanita

Hadir: Kakak salah satu mempelai yang belum menikah, kedua mempelai

Peralatan: pita langkahhan (dipasang di pintu), gunting, hadiah langkahhan

Keterangan:

- Kedua mempelai bersalaman dengan kakak
- Kakak menggunting pita langkahan
- Kedua mempelai menyerahkan hadiah pelangkahan

2 Siang (Pemberkatan dan Catatan Sipil)

Menuju Tempat Pemberkatan

Waktu: 13.00

Tempat: Perjalanan

Hadir: Kedua mempelai dan seluruh keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

- Seluruh keluarga dan kedua mempelai menuju ke tempat pemberkatan untuk prosesi pemberkatan

Prosesi Pemberkatan

Waktu: 13.30

Tempat: Tempat pemberkatan

Hadir: Kedua mempelai, seluruh keluarga, saksi dan petugas pemberkatan

Peralatan: -

Keterangan:

- Koordinator lapangan yang ditunjuk mempersiapkan meja penerima tamu
- Setelah pemberkatan selesai, dilakukan foto bersama dengan pemimpin pemberkatan dan keluarga

Prosesi Catatan Sipil



Gambar 4. Prosesi Catatan Sipil

Waktu: 14.00

Tempat: Tempat pemberkatan / tempat catatan sipil

Hadir: Kedua mempelai, orang tua, saksi, petugas pencatatan sipil, foto & video

Peralatan: Amplop untuk petugas pencatatan sipil

Keterangan:

- Prosesi catatan sipil dipimpin oleh petugas pencatatan sipil

3 Sore

Istirahat

Waktu: 14.30

Tempat: Hotel / rumah

Hadir: Kedua mempelai dan keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

- Semua pihak dapat beristirahat
- Petugas yang ditunjuk menuju ke tempat resepsi untuk mengatur dan mempersiapkan pesta resepsi

Make Up Ulang / Retouch

Waktu: 16.00

Tempat: Salon / Hotel

Hadir: Kedua mempelai dan keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

- Kedua mempelai dan keluarga melakukan retouch di salon

4. Malam (Pesta Resepsi)

Persiapan Resepsi



Gambar 5. Ruang Resepsi Pernikahan

Waktu: 17.00

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Koordinator lapangan

Peralatan: -

Keterangan:

- Koordinator lapangan check ulang dekorasi, sound, lighting, layout meja, tempat parkir, souvenir, buku tamu, alat tulis, kotak sumbangan, gembok dan kunci kotak sumbangan
- PIC yang lain yang bertugas dapat turut serta membantu persiapan resepsi

Menuju ke Tempat Resepsi

Waktu: 17.30

Tempat: Perjalanan

Hadir: Kedua mempelai dan keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

- Kedua mempelai dan seluruh keluarga menuju ke tempat resepsi

Foto Bersama Sebelum Acara

Waktu: 18.00

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Kedua mempelai dan keluarga

Peralatan: -

Keterangan:

- Foto bersama dengan anggota keluarga dilakukan

- Foto bersama dilakukan lebih dulu supaya menghemat waktu pada saat pesta resepsi

- Pukul 17.30 kedua mempelai dapat menuju ke ruang tunggu untuk menunggu pesta resepsi dimulai

Penerimaan Tamu

Waktu: 18.00

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Orang tua mempelai dan petugas penerima tamu

Peralatan: -

Keterangan:

- Para tamu mulai berdatangan

- Orang tua dan petugas penerima tamu menyambut para tamu undangan

- Band dapat mulai memainkan lagu

Welcome Speech oleh MC

Waktu: 18.15

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: MC

Peralatan: -

Keterangan:

- MC naik ke panggung untuk memberi salam kepada tamu undangan

- Orang tua mempelai mempersiapkan diri untuk memasuki ruang pesta

Prosesi Masuk Orang Tua dan Saudara Kandung

Waktu: 18.20

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: MC, orang tua mempelai, saudara kandung mempelai

Peralatan: -

Keterangan:

- Band mulai memainkan musik pengiring masuknya orang tua dan saudara kandung mempelai

- Urutan masuk:

Orang tua mempelai pria

Orang tua mempelai wanita

Saudara kandung mempelai pria

Saudara kandung mempelai wanita

Prosesi Masuk Kedua Mempelai

Waktu: 18.25

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: MC, kedua mempelai

Peralatan: -

Keterangan:

- Band mulai memainkan musik pengiring masuknya kedua mempelai
- Kedua mempelai memasuki ruang pesta resepsi
- Kedua mempelai menuju ke atas panggung
- Orang tua menyusul menuju ke atas panggung

Kata Sambutan

Waktu: 18.30

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Perwakilan keluarga (untuk kata sambutan)

Peralatan: Mic

Keterangan:

- MC mengundang perwakilan keluarga untuk naik ke atas panggung
- Petugas yang ditunjuk menyerahkan mic kepada perwakilan keluarga
- Perwakilan keluarga memberikan kata sambutan
- Setelah selesai, perwakilan keluarga turun panggung

Doa Bersama

Waktu: 18.35

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Perwakilan keluarga (untuk doa)

Peralatan: Mic

Keterangan:

- MC mengundang perwakilan keluarga untuk naik ke atas panggung
- Petugas yang ditunjuk menyerahkan mic kepada perwakilan keluarga
- Perwakilan keluarga memimpin doa bersama
- Setelah selesai, perwakilan keluarga turun panggung

Tuang Champagne

Waktu: 18.40

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Kedua mempelai

Peralatan: Botol dan gelas champagne

Keterangan:

- Kedua mempelai menuju ke meja champagne
- Kedua mempelai menuangkan botol champagne
- Kedua mempelai kembali ke tengah pelaminan

Wedding Toast



Gambar 6. Wedding Toast

Waktu: 18.45

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: kedua mempelai, orang tua, MC

Peralatan: Gelas toast (sudah diisi)

Keterangan:

- Pembagian gelas petugas
- Toast bersama dipimpin oleh MC
- Band memainkan lagu pengiring wedding toast
- Kedua mempelai dan orang tua menuju ke meja pengantin untuk menikmati hidangan

Makan Bersama

Waktu: 18.50

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: -

Peralatan: -

Keterangan:

- Hidangan mulai disajikan kepada seluruh tamu undangan

Prosesi Wedding Cake

Waktu: 19.00

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Kedua mempelai

Peralatan: Pedang dan kue suap sayang

Keterangan:

- Band mulai memainkan lagu pengiring prosesi wedding cake
- Kedua mempelai menuju ke meja kue pengantin
- Mempelai pria menerima pedang dari petugas
- Pemotongan kue pengantin oleh kedua mempelai
- Suap sayang kedua mempelai

Prosesi Wedding Kiss

Waktu: 19.05

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Kedua mempelai

Peralatan: Kue suap sayang ke orang tua

Keterangan:

- Kedua mempelai menuju ke tengah pelaminan
- Prosesi wedding kiss dipimpin oleh MC
- Band mulai memainkan lagu pengiring prosesi wedding kiss
- Suap sayang kepada orang tua mempelai pria
- Suap sayang kepada orang tua mempelai wanita

Foto Bersama dan Hiburan

Foto bersama dengan kedua mempelai yang dituntun oleh MC, bisa diiringi dengan hiburan music.

Waktu: 19.10

Tempat: Tempat resepsi

Hadir: Kedua mempelai

Peralatan: Daftar foto

Keterangan:

- Daftar foto dipanggil oleh MC, yang tidak muncul bisa dilompati
- Orang tua mempelai bisa keliling untuk menyapa tamu undangan
- Kedua mempelai bisa membagikan kue pengantin kepada para tamu undangan apabila ada waktu kosong

Closing

B. Latihan

Mahasiswa dibagi dalam 4 (Empat) Kelompok. Setiap kelompok akan membuat konsep acara untuk empat event berikut ini :

Kelompok 1 membuat konsep acara event Wedding

Kelompok 2 membuat konsep acara event Seminar

Kelompok 3 membuat konsep acara Pagelaran Seni Budaya Daerah Sulawesi Utara

Kelompok 4 membuat konsep acara Eksebisi Pertandingan Bola Volly antar Unit Kerja politeknik Negeri Manado

V. PERAN SPONSOR DALAM EVENT ORGANIZER

Tujuan :

Setelah mengikuti materi pembelajaran ini, mahasiswa diharapkan memahami peran sponsor dalam penyelenggaraan event, persiapan untuk mendapatkan sponsor, klasifikasi sponsor dan dapat menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan sponsor

A. Peran Sponsor, Persiapan Mendapatkan Sponsor, Jenis-Jenis Sponsor, Penawaran Sponsor

1. Peran Sponsor Dalam Suksesnya sebuah Event

Menggelar sebuah event tentunya membutuhkan dana yang cukup besar tergantung dari besar kecilnya event. Pihak sponsor dapat menunjang suksesnya sebuah event yang digelar, baik event konser musik, pagelaran seni dan budaya, seminar, lokakarya, eksebis olah raga dan event lainnya yang bisa disponsori oleh pihak ketiga.

Sponsorship didefinisikan sebagai sebuah transaksi komersial, yaitu pihak pemberi dana mengharapkan balas jasa dari pihak penerima dana dan kedua belah pihak saling setuju untuk saling memberi dan menerima. Transaksi ini umumnya menyangkut jasa promosi yang disediakan oleh penerima dana (penyelenggara acara/EO) sebagai imbalan atas dana atau barang-barang yang diberikan pihak sponsor untuk sebuah event. Jasa promosi itu dapat berupa penempatan spanduk, banner dan memasang iklan, melakukan kegiatan *Public Relations* dan promosi pada saat berlangsungnya *event* (Natoradjo, 2011). Sedangkan menurut Noor (2009), *sponsorship* menurut *International Event Group* dalam Getz (dalam Noor, 2009) merupakan biaya yang dikeluarkan kepada penyelenggara *event* dengan imbalan eksploitasi komersial kepada pasar potensial dalam *event*. Sementara Geldard & Sinclair (1996) dalam (Noor, 2009), mendefinisikan *sponsorship* sebagai suatu pembelian yang biasanya *intangible* dan akan menghasilkan keuntungan dan peningkatan citra sponsor. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan timbal balik antara kedua belah pihak, yaitu *event organizer* dengan pihak sponsor. Selain itu sponsor tidak hanya dari perusahaan saja, lembaga, organisasi atau pemerintah dapat masuk kategori menjadi sponsor dan bahkan bisa menjadi sponsor utama.

Beberapa keuntungan bagi pihak pemerintah sebagai sponsor menurut Bowdin (dalam Noor, 2009), di antaranya: (1) peningkatan ekonomi pada daerahnya; (2) peningkatan identitas masyarakat penyelenggara; (3) peningkatan interaksi sosial kemasyarakatan; (4) berbagi ide dan mengembangkan kebersamaan; (5) peningkatan infrastruktur bagi masyarakat; dan (6) mendapat dukungan popularitas. Dalam konsep yang baru, para sponsor tidak hanya sebatas memberikan uang atau barang dan jasa saja. Para sponsor juga turut berperan aktif untuk kesuksesan Event tersebut. Sebagai contoh, Di dalam sebuah *event* pameran yang dipadu dengan kegiatan seminar. Salah satu sponsor mengadakan *product launching*. Selain *Event Organizer* mengundang peserta yang akan hadir di dalam *product presentation* tetapi perusahaan yang akan mengadakan presentasi produk juga aktif mengirimkan undangan dan melakukan promosi. Tentu saja harus dikoordinasikan dengan pihak *event organizer* supaya tidak membingungkan masyarakat.

Dengan keikutsertaan para sponsor memang diharapkan untuk membantu biaya operasional dari penyelenggaraan *event*. Biaya *event* yang lumayan besar selain mengandalkan pemasukan dari peserta atau karcis serta bantuan dari donatur (bila ada), kegiatan sponsor merupakan salah satu cara untuk meringankan beban biaya yang akan dikeluarkan dari penyelenggaraan *event*. Namun, ada hal lain yang harus juga diyakini oleh *Event Organizer* yaitu sesungguhnya para sponsor itu mempunyai peran penting bagi *event* itu sendiri, yaitu: selain peluang yang sangat baik juga menaikkan *image* dari *event* itu sendiri, sebaliknya bila *event* tersebut sukses dihadiri banyak orang, maka secara otomatis akan menaikkan *image* para organisasi atau perusahaan yang mensponsori event tersebut. Kehadiran para sponsor juga untuk meramaikan acara dalam *event* tersebut. (Semakin banyak sponsor, acara akan berlangsung meriah dan ini juga merupakan daya tarik bagi *audiens*). Untuk sponsor yang masih terlihat ragu-ragu, *Event Organizer* jangan segera memutuskan calon tersebut gagal berpartisipasi. Mungkin saja ada beberapa faktor yang perlu ditindaklanjuti dan diskusikan. Bisa saja, dana mereka tidak mencukupi atau konsep *event* kurang sesuai, hal lain seperti ikutsertanya Kompetitor mereka sebagai sponsor atau keterbatasan waktu atau tenaga atau mungkin belum sepenuhnya mengerti manfaat dari *event* bagi perusahaan atau organisasi mereka. Tugas *Event organizer* menanyakan penyebabnya dan menjajaki kembali dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dari calon sponsor.

2. Persiapan Untuk Mendapatkan Sponsor

Sukses menggaet sponsor tidak lepas dari kesiapan EO untuk menemui sponsor. Sebelum EO melakukan usaha untuk mendapatkan sponsor, harus dikaji terlebih dahulu adalah *Event* kita termasuk kategori apa (Suseno, 2005). Kategori umum atau untuk kalangan tertentu. Jadi, kategori itu untuk menentukan kecocokan antara *event* dengan produk atau jasa dari pihak sponsor. Hal penting yang harus diperhatikan adalah bahwa sponsor potensial harus mendapatkan keuntungan dari *event* yang diselenggarakan.

Beberapa hal yang perlu dipersiapkan sebelum menemui pihak sponsor adalah :

a. Event Yang Realistis

Dalam membuat proposal untuk sponsor, kita harus berpikir dan bersikap realistis dalam membuat konsep event. EO harus membuat event dengan kapasitas yang sesuai dengan kemampuannya, misalnya ruang lingkup untuk sekolah atau kampus, lingkungan kelurahan atau kecamatan. Kita jangan terjebak menggelar event di luar kemampuan karena hal tersebut menunjukkan bahwa kita tidak realistis dalam menyelenggarakan event.

b. Proposal Yang Menarik

Membuat proposal untuk sponsor sebaiknya mengacu pada kajian metodologi penulisan proposal yang baik dan benar. Proposal yang dibuat harus memiliki prinsip singkat, padat dan jelas. Tujuan event, konsep acara, tema event dan biaya yang dibutuhkan harus tergambar jelas. Isi proposal harus menarik dengan adanya variasi ilustrasi, misalnya : denah lokasi, desain grafis, foto dan gambar yang mendukung informasi yang kita sampaikan dalam proposal.

c. Target Dana Sponsor

Anggaran dalam proposal dibuat dengan item pengeluaran yang wajar ditambah 20 % biaya tak terduga. Dari total biaya yang diperlukan, hitunglah item pemasukan dan target pemasukan keuangan yang dibutuhkan. Sumber dana utama biasanya terdiri dari : sponsor, donator dan penjualan tiket masuk dalam sebuah event. Pengaturan keuangan harus ketat dan diupayakan agar target sponsor bisa dicapai.

d. Daftar Sponsor Dan Donatur

Buatlah daftar sponsor dan donator berdasarkan klasifikasi, misalnya : sponsor lokal, regional dan nasional. Dalam menyusun daftar calon sponsor dan donator, usahakan ada kesesuaian antara bentuk kegiatan dengan segmen pasar calon sponsor, misalnya untuk acara konser musik, olah raga, seminar, talkshow dan event lainnya, perlu dipertimbangkan bahwa tidak semua sponsor memiliki kesesuaian dengan promosi produk dari perusahaan sponsor.

e. Menentukan Kontraprestasi Sponsor

Pihak sponsor biasanya akan menerima imbalan dari pihak EO yang menyelenggarakan event. Secara umum bentuk kontraprestasi bagi para sponsor dan donator, antara lain :

Judul acara

Logo pada baliho, spanduk dan banner

Logo pada leaflet/brosur

Logo pada backdrop, undangan, seminar kit, iklan

Logo pada media cetak, stiker, ID Card

Penyebutan produk sponsor oleh pembawa acara

Pembagian sampling produk atau brosur perusahaan sponsor

Pembukaan corner stand saat event berlangsung

Penyebutan pada spot iklan radio

Sponsor sebagai tiket box

Presentasi pihak sponsor saat acara

Branding mobil promosi keliling

3. Klasifikasi Sponsor

Klasifikasi paket sponsor menurut Suseno (2005) dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sponsor tunggal, yaitu memberikan dana sebesar 100 % dari jumlah anggaran, sponsor utama, yaitu memberikan dana sponsor sebesar 75 % dari jumlah anggaran dan sponsor pendukung, yaitu memberikan dana sponsor sebesar 50 % dari jumlah anggaran. Sedangkan menurut Hafidz (2007) jenis sponsor yang dapat dimasukkan sebagai penyandang dana event di dalam proposal yang diajukan kepada calon sponsor akan dibuat dalam bentuk paket-paket. Biasanya penyelenggara menentukan pembagian jenis sponsor dan donatur sebagai

penyandang dana dengan beberapa keterangan, seperti sponsor utama, sponsor pendamping, dan donatur.

Klasifikasi sponsor dalam penyelenggaraan event :

► Sponsor tunggal adalah sponsor yang memberikan kontribusi dana 100 % dari dana sponsor dan tidak ada sponsor lain yang mensponsori event yang dilaksanakan.

► Sponsor utama akan bertindak eksklusif. Mereka biasanya merupakan pihak yang turut mengambil kebijakan dalam sebuah *event*, mulai dari judul, pengisi acara, artis, tempat dan lain sebagainya, termasuk sponsor pendamping dan donatur mana saja yang bisa terlibat dalam *event*. Sponsor utama biasanya mendapatkan kontraprestasi di seluruh media yang dapat dijadikan ajang promosi dan memiliki nilai promosi bagi produknya, misal: *brand* di judul acara, logo di seluruh media promosi, *brand* di spot radio dan penyebutan oleh MC, *product sampling*, *product presentation* dan lain-lain.

► Sponsor pendamping atau pendukung yang membiayai minimal 30 % hingga 50 % dari total

anggaran *event*. Jenis sponsor ini haruslah produk yang bukan kompetitor dari sponsor utama. Bila tidak ada sponsor utama, para sponsor pendamping ini bukanlah produk yang saling berlawanan dan saling mematikan dan ini menyalahi etika. EO harus bersikap adil sehingga masing-masing sponsor mendapatkan haknya secara seimbang, seperti penempatan logo sejajar, termasuk besar kecilnya ukuran dan warna logo mereka. Sementara, donatur yang membantu pembiayaan sesuai dengan kesepakatan dan hanya menerima kontraprestasi berupa citra baik bagi lembaga yang diwakilinya. Biasanya berupa tulisan ucapan terima kasih dalam buku acara atau penyebutan lisan ucapan terima kasih oleh pembawa acara.

Nilai sebuah sponsor dalam bentuk uang menurut Manalu (2010) harus diukur dari besarnya uang yang harus diterima EO dari sponsor sebagai imbalan atas promosi dan fasilitas pemasaran yang diberikan. Tiga hal penting yang harus diperhatikan adalah pertama, berdasarkan kebutuhan dana event, nilai *sponsorship* hanya didasarkan pada anggaran yang ditetapkan pihak EO. Kedua, berdasarkan nilai manfaat yang diterima oleh sponsor, Event organizer harus mengetahui anggaran dan kebutuhan promosi sponsor, misalnya perusahaan sponsor hanya memiliki dana sebesar Rp 50 juta, maka pihak EO membuat paket manfaat (kontraprestasi) yang pantas untuk *sponsorship* senilai Rp 50 juta. Pantas di sini berarti ada

kesesuaian antara harapan sponsor dan kemampuan event. Ketiga atau yang terakhir, berdasarkan nilai pasar, EO harus mengetahui paket *sponsorship* yang ditawarkan oleh EO sejenis. EO tinggal mengikuti saja hal umum yang berlaku.

4. Menjalin Hubungan Kerja Sama Dengan Sponsor

Kerja sama yang baik antara EO dan pihak sponsor menguntungkan kedua belah pihak artinya bagi pihak penyelenggara sukses dengan *event*nya dan sponsor mendapatkan *image* dan namanya makin dikenal di kalangan masyarakat. Menciptakan jalinan kerjasama yang baik, artinya komunikasi kedua belah pihak berjalan lancar sehingga semua yang dibutuhkan dapat terselenggara dengan baik. Buatlah selalu evaluasi dari setiap *event*. Perbaiki dan carilah solusi terbaik untuk *event* berikutnya. Sampaikan pula ucapan terima kasih dalam bentuk tertulis dan juga lisan setelah *event* selesai. Hal ini berguna untuk *event* selanjutnya. Berkomunikasi secara berkala. Tetap menjalin hubungan meskipun belum ada *event* yang pas dan cocok untuk disponsori. Kadang-kadang ide bisa saja datang dari pihak sponsor untuk dibuatkan *event*. Berikan perhatian pada sponsor, misalnya ucapan selamat atas prestasi yang diraihinya. Bahkan kita menyampaikan rasa gembira dengan kesuksesannya mensponsori *event* yang bukan diorganisir oleh kita, tujuannya tidak lain kita memberikan simpati pada perusahaan sponsor tersebut. Beberapa trik berkerjasama dengan sponsor untuk melanggengkan hubungan, yaitu: (1) jangan mendikte pihak sponsor, berikan keleluasaan bagi sponsor untuk memberikan masukan, tugas pertama kita mendengarkan terlebih dahulu hal-hal yang mereka inginkan; (2) kemudian mencoba memberikan usulan-usulan berdasarkan hal yang mereka inginkan tersebut; (3) rekomendasi, sponsor yang puas dengan *event* dan jasa Anda mintalah mereka menunjukkan calon sponsor lain yang mereka kenal; (4) sponsor yang puas tidak hanya merekomendasi tetapi memberi trik untuk mendekati calon sponsor yang direkomendasikan bahkan ikut membujuk untuk menjadi sponsor *event* Anda.

Sistematika Proposal Sponsor

Sistimatika proposal sponsor mengacu pada metodologi penulisan proposal, terdiri dari “

- I. Pendahuluan
- II. Pelaksanaan Event
- III. Anggaran
- IV. Penutup

B. Latihan

Essay

1. Jelaskan peran sponsor dalam pelaksanaan sebuah event.
2. Jelaskan dengan memberikan contoh klasifikasi sponsor dalam penyelenggaraan event
3. Jelaskan persiapan yang harus dilakukan untuk mendapatkan sponsor.
4. Pihak sponsor biasanya akan menerima imbalan dari pihak EO yang menyelenggarakan event. Sebutkan bentuk-bentuk imbalan yang diberikan untuk pihak sponsor.
5. Buatlah surat penawaran sponsor untuk event yang akan dilaksanakan (Contoh event ditentukan sendiri oleh mahasiswa)

Tugas

Buatlah proposal sponsor untuk event yang akan dilaksanakan, pilih salah satu event dibawah ini :

- Event Seminar Pengembangan SDM Bidang Marketing
- Event Pagelaran Seni Dan Budaya Daerah Provinsi Sulawesi Utara
- Event Eksebis Pertandingan Bola Volly Antar Unit Kerja Politeknik Negeri Manado
- Event Lomba Kompetensi Administrasi Perkantoran atar SMK Kota Manado

VI. MENGELOLAH KEUANGAN EVENT ORGANIZER

Tujuan :

Setelah mempelajari materi ini, mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan factor penting dalam keuangan event, penyusunan mata anggaran dan pedoman pengelolaan keuangan event.

A. Faktor Penting Dalam Keuangan Event, Penyusunan Mata Anggaran, Pedoman Pengelolaan Keuangan Event

1. Faktor Penting Dalam Keuangan Event

Pada pelaksanaan event sering terjadi ketidaksesuaian antara rencana anggaran awal dengan realisasi penggunaan dana di lapangan. Kontrol anggaran diperlukan untuk meminimalisis terjadinya penyimpangan yang berdampak pada kerugian. Ada tiga factor penting yang dapat mempengaruhi kondisi keuangan pada saat melaksanakan sebuah event.

a. Penyusunan control anggaran kurang ketat

Penyusunan anggaran harus melalui proses sistematis dan realistis. Tugas penyusunan anggaran harus dilakukan oleh tenaga kerja yang kompeten dalam bidang keuangan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan manajemen keuangan dan pembukuan. Tidak semua anggota panitia bisa menganggarkan suatu keperluan seandainya, harus diputuskan oleh si penanggung jawab

b. Tidak tercapainya target pemasukan sponsor/donator.

Permasalahan yang sering terjadi saat menggelar sebuah event adalah perolehan sponsor/donator yang tidak mencapai target. Bagi EO spesialis program atau promotor, kasus tersebut merupakan resiko bisnis dan resiko perusahaan yang tidak terlalu berdampak pada pelaksanaan event karena mereka akan menutup kerugian tersebut dari keuntungan event lainnya.

c. Perkiraan target penjualan tiket meleset

Target penjualan tiket meleset dari apa yang diharapkan pada saat menyusun rencana penerimaan. Hal ini harus diantisipasi dengan memasang target yang realistis atau harga tiket yang dibuat bervariasi agar dapat dijangkau oleh berbagai kalangan penonton, Misalnya : tiket VVIP, tiket VIP, tiket kelas 1 dan tiket kelas ekonomi. Peristiwa panitia menggantungkan dana masuk dari hasil penjualan tiket bukan hal

istimewa. Banyak diantara kita memasukkan komponen pemasukan tiket masuk secara rinci dan jelas. Fakto kekompakan internal kita sebagai panitia atau event organizer sangat menentukan keberhasilan pengelolaan keuangan pada sebuah event. Sistem dan prosedur pengeluaran dan penerimaan uang adalah salah satu faktor penting untuk mewujudkan tertib administrasi keuangan. Pengelolaan keuangan yang tertib dan baik, akan mencerminkan tingkat keberhasilan sebuah event yang kita selenggarakan. Penentuan sistem dan prosedur keuangan harus ditentukan sejak awal dan harus ditaati oleh semua panitia. Formulir keuangan, kwitansi khusus event harus dibuat dan dilaksanakan dengan tertib.

2. Penentuan dan Penyusunan Mata Anggaran

Dalam penyusunan mata anggaran, perlu dikaji dengan cermat dan realistis untuk menghindari hal-hal yang mengandung resiko dan dapat merugikan. Menyusun anggaran merupakan hal yang selalu menjadi pertimbangan utama ketika akan menyelenggarakan sebuah event. Dalam praktiknya, penyusunan anggaran selalu didasarkan pada manajemen proyek logistik. Artinya, ketersediaan dana dan fasilitas akan sangat menentukan hasil dan pencapaian target dari event yang akan diselenggarakan. Nah, bagi beberapa orang atau event planner pemula, menyusun anggaran adalah tantangan utama. Tidak jarang, anggaran yang disusun tidak memenuhi target. Nah, berikut 4 langkah untuk membuat perencanaan anggaran event yang tepat bagi.

Diskusikan jumlah budget dan tujuan event

Hal pertama yang perlu dilakukan adalah menghitung dan memastikan jumlah anggaran secara keseluruhan yang tersedia. Ketika bertemu dengan klien, kita perlu mengetahui dana yang disiapkan dan memahami tujuan dari penyelenggaraan event. Jumlah dana ini akan menjadi batas atas bagi klien untuk mengukur kemampuan pembiayaannya. Tidak hanya itu, kita juga perlu mengetahui informasi penting termasuk jumlah peserta, desain event, dan kebutuhan lainnya yang menjadi alokasi anggaran. Ini penting untuk mengetahui sejauh mana ekspektasi dari klien.

Track perencanaan anggaran event yang telah dibuat

Saat ini, banyak event planner yang menggunakan event budgeting tools yang dapat ditemukan pada list management software application melalui internet. Meski begitu, tidak sedikit juga yang masih menggunakan spreadsheet sebagai pilihan metode tracking anggaran. Masing-masing tentu memiliki kekurangan dan kelebihan. Tugas kita adalah memilih yang sesuai dengan kebutuhan dan memudahkan dalam mengaplikasikannya. Yang tak kalah penting untuk diketahui, kita juga perlu membuat budget template yang sewaktu-waktu dapat dimodifikasi ketika akan menyelenggarakan event lainnya.

Buat kategorisasi anggaran

Tujuan dari pembuatan kategori anggaran adalah untuk memudahkan saat membagi pos kebutuhan. Seorang event planner selalu membuat kategorisasi untuk mengetahui berapa banyak anggaran yang dibutuhkan. Nah bagi pemula, jika bingung bagaimana membuat kategorisasi anggaran, maka kita dapat memulainya dengan berkonsultasi dengan sejumlah vendor yang diajak bekerja sama.

Bersiap untuk perubahan anggaran

Ketika estimasi dana disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan, maka perubahan perencanaan anggaran bisa saja terjadi. Oleh karena itu, penting untuk membuat record dan meng-update masing-masing pos kebutuhan kepada klien. Dengan begitu, maka kita dapat melakukan diskusi mengenai kemungkinan terjadinya perubahan anggaran.

3. Pedoman Pengelolaan keuangan event

Apapun jenis event yang akan diadakan dan seberapapun besarnya, sangat diperlukan sebuah perencanaan dalam mengelola keuangan event.

Faktor penting yang harus diperhatikan di bidang anggaran adalah :

Penyusunan anggaran harus realistis dan dalam proses menuju pada pelaksanaan memiliki kecenderungan terjadinya kenaikan biaya anggaran dan memungkinkan terjadinya biaya tidak terduga.

- Dalam penyusunan anggaran dibutuhkan sebuah kontrol ketat yaitu : Menahan laju kenaikan biaya anggaran dan biaya tidak terduga, sekaligus mengontrol anggaran yang

memiliki peluang untuk diturunkan atau efisiensi sehingga tercipta balance anggaran yang terkontrol.

- Sehingga dalam penyusunan anggaran dibutuhkan Plan A diikuti Plan B, Plan C dan Plan D untuk mengantisipasi melonjaknya biaya yang telah tersusun.

Pembagian Pembiayaan Event

Berdasarkan urutan waktu pengeluaran biaya dalam sebuah event terbagi atas :

1. Cost Before Event

Biaya yang dikeluarkan sebelum event dimulai misal : Uang Muka biaya sewa ruang, Biaya Promosi, Biaya Pemasaran, dsb

2. Cost During Event

Biaya yang dikeluarkan pada saat berlangsung pameran. Seperti, konsumsi, transportasi, akomodasi, honor pengisi acara, dsb.

3. Cost After Event

Biaya yang dikeluarkan sesudah event berlangsung umumnya untuk pelunasan, namun juga biaya-biaya yang harus dikeluarkan, seperti : biaya pemberitaan media, penambahan fasilitas

Mengatur Termin Pembayaran

Beberapa hal yang dapat diatur dengan variasi “termin” pembayaran, antara lain :

1. Pembayaran pada tahap awal (pertama)

- a. Perizinan
- b. Uang Muka sewa tempat
- c. Uang Muka penampil
- d. Uang Muka perlengkapan panggung, dekorasi, tenda, dan sebagainya
- e. Uang Muka Soundsystem
- f. Biaya Komunikasi & Transportasi

2. Pembayaran lunas sebelum pelaksanaan acara :

- a. Honor penampil
- b. Konsumsi
- c. Honor Keamanan
- d. Biaya Publikasi pers
- e. Biaya pajak Tontonan

3. Pembayaran lunas setelah acara maksimal 3 hari :
 - a. Honor petugas operasional
 - b. Honor LO (Liasion Officer) VO (Volunteerr Officer)
 - c. Biaya dokumentasi

4. Pembayaran lunas :
 - a. Akomodasi Hotel
 - b. Biaya Sewa Kendaraan

B. Latihan

Essay

1. Sebutkan dan jelaskan factor penting yang bisa mempengaruhi kondisi keuangan dalam menggelar sebuah event
2. Jelaskan bagaimana menentukan mata anggaran event.
3. Jelaskan pengelolaan uang masuk dalam sebuah event secara efektif
4. Sebutkan pos-pos pengeluaran dalam penyelenggaraan event
5. Sebutkan sumber penerimaan dalam penyelenggaraan event

VII. MITRA KERJA EVENT ORGANIZER

Tujuan :

Setelah mengikuti materi pembelajaran ini, mahasiswa dapat menjelaskan jenis-jenis mitra kerja dan bagaimana menjalin hubungan dengan mitra kerja

A. Jenis-Jenis Mitra Kerja Dan Menjalinkan Hubungan Dengan Mitra Kerja

1. Jenis-Jenis Mitra Kerja

Mitra kerja event organizer biasa disebut *supplier* atau pemasok kebutuhan event. Setiap event organizer dituntut memiliki hubungan baik dan memiliki jaringan luas dengan berbagai perusahaan penyedia peralatan tersebut. Menurut *Suseno* (2006), penguasaan jaringan yang luas semakin memudahkan kita dalam mengerjakan sebuah event, karena akan lebih leluasa untuk memilih demi mewujudkan penawaran harga yang kompetitif.

Mitra kerja EO adalah sebagai berikut :

Tempat Acara

Yaitu pihak-pihak yang menyediakan tempat penyewaan acara, yaitu hotel, wisma, *cottage*, auditorium, gedung pertemuan, dan lain-lain.

Sound System dan Tata Lampu

Pihak-pihak yang menyediakan fasilitas penyewaan sound system Semarang dan tata lampu.

Pembangkit Daya Listrik

Pihak-pihak yang menyediakan fasilitas penyewaan *diesel*/pembangkit daya listrik/genset

Panggung

Pihak-pihak yang menyediakan fasilitas penyewaan panggung konstruksi kayui, *scaffolding*, maupun konstruksi rigging

Perlengkapan

Pihak yang menyediakan fasilitas penyewaan meja, kursi, tenda, partisi, karpet, taplak meja, tangga, besi pembatas, tiket box, dan lain-lain.

Dekorasi

Pihak yang menyediakan fasilitas penyewaan fasilitas panggung, interior, backdrop, pertamanan, dan lain-lain.

Kembang Api

Pihak yang menyediakan fasilitas permainan atraksi kembang api.

Biro Jasa Promosi Outdoor

Pihak yang menyediakan fasilitas jasa pembuatan sablon spanduk, umbul-umbul, rontek (*vertical banner*), *billboard*, dan lain-lain.

Biro Jasa Creative Desain

Pihak yang menyediakan fasilitas jasa pembuatan desain grafis, layout, skema atau bagan, dan lain-lain. Jika tidak, Anda memiliki tim kreatif sendiri yang bertugas melakukan ini.

Cetak Print Digital

Pihak yang menyediakan fasilitas cetak *print* digital, khususnya untuk berbagai keperluan *print*.

Percetakan

Pihak yang menyediakan fasilitas percetakan.

Dokumentasi Video dan Foto

Pihak yang menyediakan fasilitas pemotretan dan fasilitas video shooting, biasanya termasuk juga menyediakan fasilitas multimedia.

Katering

Pihak yang menyediakan jasa kebutuhan konsumsi paket kotak, prasmanan, atau penyewaan peralatan makan.

Transportasi

Pihak pengelola maskapai penerbangan, travel agent, pengelola transport kereta api, pengelola transport kapal laut, pengelola bus trayek atau pariwisata, dan penyewaan mobil.

Objek Wisata

Pihak pengelola objek wisata alam, museum, pertunjukan seni tradisi, galeri, dan lain-lain. Hal ini diperlukan saat akan menyusun jadwal kunjungan penampil pendukung kegiatan utamanya.

Media Massa

Pihak pengelola surat kabar, majalah, stasiun Radio, dan stasiun TV.

Restoran atau Cafe

Pihak yang menyediakan, cafe, pub, diskotek, dan lain-lain.

Sumber Daya Manusia dan Agen Artis

Pihak yang menyediakan jasa kebutuhan sumber daya manusia: penerima tamu, *sales promotion girl* (SPG), pemandu, pembawa acara, penampil, dan lain-lain.

Keamanan Agen

Pihak yang menyediakan jasa petugas keamanan swasta.

Penyewaan Busana

Pihak yang menyediakan jasa penyewaan segala jenis busana.

Penyewaan Peralatan Musik dan Seni

Pihak yang menyediakan jasa penyewaan berbagai peralatan seni.

Tempat Penjualan Tiket

Biasanya, melibatkan lokasi di kantor media. Tetapi, tidak menutup kemungkinan di tempat semacam koperasi, restoran, hotel, toko kaset, dan lain-lain.

Instansi Pemerintah dan Kepolisian

Instansi pemerintah terkait misalnya Dinas Pariwisata, Badan Pengelola Keuangan Daerah (BPKD) untuk pengurusan rekomendasi izin dan pajak tontonan, serta instansi kepolisian setempat untuk mengurus perizinan dan pengamanan.

Wartawan Media

Kita sebaiknya menjalin hubungan baik dengan para wartawan sesuai bidang spesialisasi.

Data dari pihak mitra kerja tersebut sangat penting. Dikarenakan, dalam sebuah even, kita selalu mengupayakan berbagai rencana, khususnya dalam hal anggaran pembiayaan. Maka, data mitra semacam itu sangat berguna untuk memilih alternatif harga sesuai budget anggaran. Selain itu, sering kali terjadi hal-hal yang bersifat mendadak dan darurat. Sehingga dalam hubungan yang baik, kita dapat mengatasi segala problematika lapangan dengan cepat dan efisien.

2. Menjalinkan Hubungan Dengan Mitra Kerja

Menjalinkan relasi juga dibutuhkan untuk mitra bisnis, karena EO tidak bisa berjalan sendiri, tetapi membutuhkan banyak vendor dalam menyelenggarakan event. Jalinan relasi yang baik akan membuat EO mudah mendapatkan vendor untuk berbagai acara yang anda selenggarakan. Mitra kerja EO sering disebut *stakeholder*, *supplier*, *vendor*. Beberapa hal berikut ini perlu diperhatikan dalam menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan mitra kerja EO

●Bergabung dengan suatu komunitas stakeholder EO

Dunia bisnis membutuhkan wadah organisasi komunitas stakeholder yang dapat dijadikan tempat untuk menjalin kerja sama dalam menjalankan aktivitas bisnis diberbagai bidang. Usaha event organizer memiliki berbagai jenis mitra kerja seperti : gedung, catering, dekorasi, sound system dan lain-lain. Orang yang menjalankan bisnis EO dapat bergabung dengan komunitas yang terkait dengan jenis mitra kerjanya, misalnya : komunitas catering, komunitas PHRI dan lain-lain

●Komunikasi dalam menjalankan relasi bisnis ini memang sangat penting. Hal ini dikarenakan dengan adanya komunikasi yang lancar dan terbuka maka kemungkinan

perpecahan atau konflik bisa cepat diredam sedini mungkin sebelum meledak menjadi permusuhan dan pemutusan hubungan.

- Menjaga kepercayaan yang diberikan mitra kerja

Kepercayaan adalah hal penting yang harus dijaga dalam suatu hubungan kerja sama. Hindari tindakan yang merugikan mitra kerja kita, misalnya : ingkar janji, melanggar aturan atau kesepakatan yang dibuat bersama.

- Saling memberikan support

Sukses menjalin kerjasama dengan mitra kerja adalah dengan saling mensupport satu sama lain. Sebagai manusia tentu kita dan partner tidak akan luput dari kekhilafan, kesalahan dan kekurangan lainnya. Saat hal ini terjadi, maka diantara kita tidak boleh saling menghujat dan mencela. Sebaliknya, kita dan mitra kerja harus saling mengingatkan dan mensupport satu dengan yang lain. Dengan adanya support atau dukungan dari masing-masing pihak, maka kita dan mitra kerja bisa segera bangkit dan semangat untuk menjalankan bisnis yang sukses.

B. Latihan

Essay

1. Jelaskan peran mitra kerja dalam event organizer
2. Sebutkan 10 mitra kerja dalam event organizer dan jelaskan hubungannya dengan event yang dilaksanakan EO
3. Jelaskan bagaimana upaya menjalin hubungan kerja sama dengan mitra kerja
4. Jelaskan manfaat menjalin kerja sama dengan mitra kerja

Tugas

Mengunjungi perusahaan yang menjadi mitra kerja event organizer dan mengumpulkan brosur produk perusahaan tersebut, misalnya : paket catering, percetakan, bridal dan lain lain

VIII. PRAKTEK PELAKSANAAN EVENT

Tujuan :

Setelah mempelajari kegiatan belajar I sampai VII, pada kegiatan belajar VIII diharapkan mahasiswa dapat membentuk tim kerja dan menyelenggarakan sebuah event

A. Kiat Sukses Pelaksanaan Event, Judul Dan Tema Event, Praktek Pelaksanaan Event

1. Kiat Sukses Pelaksanaan Event

Event yang dilaksanakan dapat berjalan sukses dan lancar tentunya dibutuhkan perencanaan yang baik. Perencanaan adalah salah satu fungsi manajemen yang disusun sebagai kerangka acuan untuk melaksanakan suatu kegiatan. Sebelum menyelenggarakan event satu hal yang harus dipertimbangkan dengan matang adalah konsep acara, kegiatan apa yang hendak ditampilkan ke publik. Jika konsep acara yang jelas sudah ditemukan, maka tahapan selanjutnya bisa dilaksanakan dan bisa mulai menyusun anggaran. Persiapan dalam penyelenggaraan sebuah event yang pertama yaitu menentukan tema atau konsep event yang akan diselenggarakan. Contohnya, event konser musik akbar dengan mendatangkan artis dan selebriti, *group band*, *idol group*, *girlband*, penyanyi solo wanita atau pria top terkenal untuk memperingati hari musik nasional.

Berikut ini adalah kiat-kiat sukses penyelenggaraan sebuah event :

1) Membuat tema/konsep acara yang jelas

Faktor utama yang menjadi pertimbangan diadakannya sebuah acara yaitu konsep atau tema acara yang jelas. Tema acara adalah faktor utama yang mengawali tahapan perencanaan selanjutnya. Bagaimana menentukan konsep event yang bagus? Konsep event yang baik adalah yang mampu memberikan hal-hal baru yang menarik bagi khalayak. Mungkin saja sebuah acara sudah pernah diterapkan sebelumnya. Namun dengan kreativitas yang tinggi, acara itu bisa dikemas dengan konsep yang baru dan dalam suasana yang lebih menyegarkan. Untuk menyusun konsep acara, pihak penyelenggara melakukan diskusi atau *brainstorming* di antara anggotanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsep acara yaitu *target audience* yang dituju. Dengan kata lain, siapakah orang yang diharapkan akan mendatangi acara yang akan diselenggarakan. Contohnya event *bazaar* produk-produk *fashion* dengan

tema etnik yang diselenggarakan di *mall* terkemuka dan ditujukan untuk kalangan menengah ke atas, berjenis kelamin pria dan wanita yang berusia antara 25 - 40 tahun.

2) Merencanakan anggaran

Setelah tema acara ditentukan, maka tahap selanjutnya yaitu merencanakan anggaran. Penyelenggaraan sebuah event tentu membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Selain itu, perlengkapan yang harus dipersiapkan sangatlah banyak mulai dari menyewa tenda, *sound system*, konsumsi, seragam *crew*, media iklan untuk *branding*, *ID card*, dan sejenisnya. Buatlah daftar (*checklist*) peralatan secara detail dan lengkap yang dibutuhkan untuk menunjang pelaksanaan acara yang diselenggarakan. Jika daftar peralatan utama telah disusun, maka selanjutnya adalah mencari tahu harga tiap-tiap item yang ada dalam daftar tersebut. Untuk mengetahui berapa biaya masing-masing item tentu kamu perlu survei ke vendor-vendor terpercaya yang ada di kota kamu. Misalnya kamu ingin tahu berapa biaya produksi *ID card* sejumlah 200 pcs, maka kamu perlu mengecek harga cetak di tempat percetakan terdekat. Tips yang sering dilakukan oleh penyelenggara event biasanya mencari vendor yang bisa memberi harga lebih murah namun dengan kualitas yang bagus. Hal itu dilakukan untuk menekan ongkos produksi dan mencegah terjadinya pembengkakan biaya operasional.

3) Susun *timeline* yang matang

Kesuksesan sebuah *event* sangat tergantung pada perencanaan yang matang. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk membuat rencana event yaitu dengan menyusun *timeline*. *Timeline* ini sangat diperlukan untuk mengetahui *progress* pelaksanaan dan sebagai alat monitor untuk memastikan bahwa segala sesuatunya telah dikerjakan dengan baik. *Timeline* ini perlu diberitahukan kepada penanggung jawab acara, koordinator lapangan atau *event manager* lalu disampaikan kepada setiap anggota tim agar mereka bisa memastikan bahwa pekerjaan akan selesai tepat pada waktunya. Menyusun *timeline* dilakukan dengan membuat semacam tabel yang berisi tanggal dan bulan menjelang dilaksanakannya sebuah event. Dalam tabel *timeline* tersebut, kamu harus menentukan *deadline* dan bisa memastikan bahwa pekerjaan dapat terselesaikan sesuai tenggat waktu yang ditetapkan. Misalnya, tanggal 27 Oktober 2019 panggung konser sudah harus berdiri lengkap dengan semua *sound system* yang diperlukan.

4) Buat *rundown* acara yang terencana

Rundown merupakan jadwal atau rangkaian kegiatan saat berlangsungnya event pada hari H. Rangkaian acara perlu disusun jauh-jauh hari sebelum acara terselenggara agar segala sesuatunya dapat dipersiapkan dengan baik. Selain itu, *rundown* berfungsi sebagai informasi bagi para calon pengunjung yang hendak datang ke acara. Tak jarang, orang tertarik datang ke sebuah acara setelah melihat *rundown* yang disampaikan oleh panitia. Hal-hal yang perlu ditampilkan pada *rundown* yaitu tanggal, tempat, waktu, dan rangkaian kegiatan. Lewat *rundown*, calon pengunjung bisa mengatur jadwal hari dan jam berapa mereka akan datang ke tempat acara. Misalnya seminar kewirausahaan dengan pembicara pebisnis kuliner yang sukses mendapatkan omset miliaran rupiah per bulan pada hari Minggu, 4 Desember 2017 pukul 10.00 - 13.00 WIB. Acara selanjutnya menghadirkan pebisnis tamatan SMP yang memberikan tips berbisnis kerajinan hingga menembus pasar internasional pada hari Minggu, 4 Desember 2017 pukul 14.00 - 16.00 WIB.

5) Tentukan *target* yang hendak dicapai

Taget atau tujuan yang hendak dicapai merupakan inti dari sebuah acara. Tanpa tujuan yang jelas, sebuah *event* tak memiliki makna dan tidak memiliki manfaat apapun. Dalam pelaksanaan sebuah *bazaar* misalnya, kamu bisa menentukan berapa jumlah peserta dan target pengunjung yang diperkirakan akan hadir. Lebih spesifik lagi contohnya seperti ini: bazaar diikuti oleh 200 peserta, dihadiri oleh 10.000 pengunjung, dan membukukan transaksi senilai Rp. 1 miliar selama 3 hari pelaksanaan.

6) Susun rencana alternatif

Ada kalanya satu rencana yang telah disusun ternyata tidak berjalan dengan semestinya. *Nah*, sebelum hal yang tak diinginkan itu terjadi, ada baiknya kamu menyusun rencana cadangan. Susunlah dan perkirakan beberapa skenario yang mungkin saja terjadi di lapangan. Misalnya jika ternyata pengisi acara utama ternyata berhalangan hadir, maka penyelenggara memiliki rencana lain untuk mengantisipasi hal tersebut.

7) Tentukan pengisi acara

Pengisi acara sangat tergantung pada bentuk dan tema kegiatan yang akan dilaksanakan. Jika acara tersebut adalah konser musik tentu lebih tepat jika mengundang penyanyi, *group band* maupun musisi. Lain halnya jika acaranya adalah *talkshow* atau

seminar, pengisi acaranya yaitu narasumber yang memiliki kompetensi dan keahlian di bidangnya. Selain pengisi acara, perlu diperhatikan juga siapakah MC (*master of ceremony*), *host* atau moderator yang akan memandu jalannya kegiatan. Untuk mendapatkan pengisi acara, maka penyelenggara perlu mengundang pengisi acara tersebut jauh-jauh hari sebelumnya. Selain itu, kamu juga harus bisa memastikan bahwa pengisi acara tersebut bisa hadir pada saat acara berlangsung. Tentu saja, pengisi dan pembawa acara mendapatkan kompensasi berupa komisi atau honor yang diberikan oleh penyelenggara. Harga yang dipatok oleh pengisi maupun pembawa acara berbeda-beda tergantung reputasi atau jam terbang yang mereka miliki.

8) Kerjasama dengan vendor terpercaya

Penyelenggaraan event membutuhkan berbagai macam peralatan pendukung seperti *catering*, sewa mobil, tenda, *booth* pameran, *sound system*, dan sebagainya. Tentu saja semua perlengkapan itu tidak bisa dipenuhi sendiri dan membutuhkan kerjasama dengan pihak lain sebagai vendor. Memilih vendor yang terpercaya bukanlah hal yang mudah. Pastikan bahwa vendor mampu memenuhi keperluan yang dibutuhkan dan bisa menepati *deadline* yang diberikan. Misalnya penyelenggara membutuhkan 250 *booth* pameran yang dibutuhkan dan vendor harus bisa memberikan sesuai permintaan. Untuk lebih mempererat kerjasama, kamu bisa menyodorkan kontrak kerjasama untuk mengantisipasi setiap kemungkinan yang terjadi. Dengan kontrak kerjasama, maka vendor lebih memiliki komitmen untuk menyediakan segala jenis keperluan. Selain itu, dengan kontrak kerjasama pula, kamu bisa bernegosiasi masalah harga agar bisa lebih murah.

9) Selesaikan masalah perizinan

Sebuah acara bisa terselenggara dengan lancar karena telah mengantongi izin dari pihak berwenang maupun pihak-pihak terkait. Perizinan merupakan bentuk legalisasi bahwa acara diselenggarakan sesuai koridor hukum dan sebagai cara untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu, dengan perizinan yang jelas, event dapat terselenggara dengan aman dan setiap pengunjung yang hadir, peserta maupun pihak penyelenggara sendiri mendapatkan perlindungan dari aparat hukum. Bentuk-bentuk kegiatan yang membutuhkan izin dari kepolisian yaitu *bazaar*, pameran, konser, pasar malam, pawai, karnaval, dan sejenisnya. Persyaratan perizinan *event* yaitu dengan mengajukan surat permohonan yang berisi bentuk, waktu, dan tempat kegiatan, pengisi acara, dan jumlah peserta. Kelengkapan

lain yaitu melampirkan proposal kegiatan, izin tempat, dan fotokopi KTP penanggung jawab. Perizinan harus dilayangkan ke kepolisian minimal 7 hari sebelum acara dilaksanakan.

10) Pendelegasian tugas yang jelas

Keberhasilan sebuah event tidak bisa dicapai jika tidak ada kerjasama tim. Oleh karena itu, penyelenggara *event* harus membentuk tim yang solid dan bisa bekerjasama dengan baik satu sama lain. Untuk membentuk tim *event organizer* yang kuat, masing-masing anggota harus mengetahui tugas dan tanggung jawab yang diembannya. Pastikan bahwa tiap-tiap anggota memiliki keahlian sesuai dengan tugas yang diberikan. Deskripsi pekerjaan yang jelas perlu diberitahukan baik lewat *briefing* maupun dokumen tertulis agar anggota tidak kebingungan dan bertanya-tanya apa yang harus dilakukan.

11) Menentukan media promosi

Acara yang sebagus apapun tidak akan diketahui oleh orang jika tidak disebarluaskan. Oleh karena itu, media promosi sangat diperlukan untuk menyampaikan event yang hendak diselenggarakan. Beragam media promosi yang bisa dimanfaatkan untuk mengiklankan event misalnya surat kabar, majalah, radio, internet, media luar ruang atau brosur. Pemilihan media promosi tentu saja mempertimbangkan *budget* yang tersedia. Agar lebih efektif dan efisien, pilihlah media promosi yang bisa memberikan dampak semaksimal mungkin dengan biaya seminimal mungkin. Jika *budget* memang mencukupi, tidak ada salahnya memakai media promosi yang mahal biayanya seperti *billboard* misalnya. Namun, jika dananya terbatas, maka media sosial populer seperti Facebook, Instagram atau Twitter bisa menjadi pilihan yang tepat.

12) Cari media partner yang tepat

Media massa seperti koran, majalah, dan media online bisa dijadikan mitra untuk ikut membantu menyebarluaskan *event*. Lewat media partner, pihak penyelenggara bisa menekan biaya promosi karena media massa memiliki jaringan yang kuat dan audiensnya masing-masing. Memilih *media partner* yang tepat tak bisa dilakukan secara sembarangan. Pastikan bahwa audiens *media partner* memiliki kesamaan demografis maupun psikografis dengan audiens yang dituju oleh penyelenggara event. Misalnya event *beauty expo* yang menyasar kaum perempuan tentu lebih mengena jika menggandeng *media partner* seperti majalah *lifestyle* wanita. Sistem *media partner* yang sering dipakai yaitu *full barter* atau berbayar. Jika pihak penyelenggara tidak mau mengeluarkan uang untuk *media partner*, maka bisa menawarkan *full barter* dengan menampilkan logo media partner tersebut di setiap media

promosi. Sebagai kontraprestasi, *media partner* menyebarluaskan informasi event lewat setiap *channel* yang ada.

13) Evaluasi setelah pelaksanaan event

Satu hal ini seringkali terlewatkan dalam penyelenggaraan event. Padahal, evaluasi setelah pelaksanaan event sangat diperlukan sebagai bahan masukan dan pertimbangan agar event yang akan dilaksanakan di kemudian hari bisa lebih sukses. Lewat evaluasi pula, kamu bisa mengetahui kelemahan-kelemahan yang terjadi selama berlangsungnya acara dan memperbaikinya pada event selanjutnya. Keberhasilan sebuah event ditentukan banyak faktor. Dengan *planning* yang matang disertai dengan pelaksanaan di lapangan yang baik maka event bisa berjalan sesuai rencana dan mencapai target yang diharapkan.

2. Judul Dan Tema Event

Sebuah event harus mempunyai aspek penting dan kuat untuk menarik minat pelanggan dan mencapai target pemasaran yaitu judul dan tema event. Kekuatan judul dan tema juga dapat menarik minat pihak sponsor, peserta/penonton dan masyarakat pada umumnya untuk berpartisipasi menyukseskan suatu event. Membuat judul pentas seni misalnya tidak jauh berbeda dengan mencitakan motto, body text, slogan dalam periklanan. Para penciptanya terkelompok dengan istilah copy writer team, ini merupakan kumpulan tim kreatif yang khusus mencitakan motto, body text, slogan text iklan dan lain-lain. Bidang kreatif dalam dunia periklanan, merupakan suatu bidang profesi yang memiliki prospek cerah. Dalam dunia event, peran motto dan tema sangat strategis karena bisa memunculkan opini yang menguntungkan terhadap suatu event.

Penyusunan Kata-Kata Tema

Tema event disusun secara singkat, jelas dan menarik sehingga memberikan kesan yang mudah diingat oleh orang yang membacanya. Tema event terdiri dari maksimal 4 kata dan minimal 2 kata, dipilih kata-kata yang menarik dan pendek. Kombinasi penyusunan kata bisa bervariasi.

Berikut ini adalah contoh kata-kata tema :

▶ 2 kata : kata pertama 3 suku kata, kata kedua satu suku kata, misalnya :NARKOBA NO,
MERDEKA YES, INOVASI OK

▶ 2 kata : kata pertama 2 suku kata, kata kedua 2 suku kata, misalnya : MALAM JOGET,
DANSA BARENG

▶ 3 kata : kata pertama 2 suku kata, kata kedua 2 suku kata, kata ketiga 2 suku kata,
misalnya : MANADO, BERSIH, SEHAT

Kata-kata tema yang dipilih harus mengacu pada keselarasan rangkaian kata, baik dari segi makna, pengucapan dan penulisannya. Pemilihan kata-kata tema dapat dipilih dari :

1. Bahasa Indonesia Baku

Peringkatn Hari Ulang Tahun Kemerdekaan RI ke 73

Gerakan Anti Narkoba

Manado Kota Ekowisata

Pekan Kerja Nyata

2. Bahasa Gaul

Pekan Gemilang Manado

Ladies Nite

Top Five Nite

Denpasar Moon Night

Let's Dance Together

Say No To Drugs !

3. Bahasa Jawa Kuno

Gita Laksita Jatismara

Pinasthika Widyawara

Gitalaksita Wirasisya

Kidung Swarna Bumi

4. Bahasa Inggris

Country Club Fever

Ladies In Red and Black

Top Cover Girl

Amazing World Hands

5. Bahasa Plesetan

Ketawa ala Java..ha..ha..ha

Joli : Jogja lucu sekali

6. Lain-Lain (Ekstrim)

Magicsound

Total Noizy Night

Extreem Power Attraction

Attaaacckkk

Pemilihan kata-kata tema tergantung pada visi misi dan tujuan event yang diselenggarakan dan kita mempunyai keluasaan untuk menentukan sesuai dengan keinginan kita.

Dasar Pemikiran Memilih Tema

Ada beberapa hal yang menjadi dasar pemilihan sebuah tema sehingga tema tidak sekedar sebatas slogan tanpa makna namun dapat memberikan cita rasa jiwa yang mendalam.

Beberapa acuan yang dapat dijadikan dasar pemikiran dan pertimbangan memilih tema adalah sebagai berikut :

1. Situasional
2. Hari Kelahiran
3. Apresiasi
4. Sarasehan/Diskusi/Dialog/Seminar/Lokakarya
5. Pameran Dagang/Pameran Lukisan
6. Lomba/Kompetisi

3. Praktek Pelaksanaan Event

Setelah selesai mengikuti kegiatan belajar 1 sampai 7, mahasiswa diharapkan telah memiliki ilmu pengetahuan untuk menyelenggarakan sebuah event. Praktek pelaksanaan event harus memenuhi beberapa indikator yang dapat dijadikan standard sukses tidaknya sebuah event.

Berikut ini adalah contoh paket event weeding :

Perusahaan EO harus memiliki beberapa konsep paket wedding yang bisa ditawarkan kepada pelanggan. Setiap paket dapat diberi nama sesuai dengan selera EO. Salah satu contoh paket wedding adalah :

Paket Silver (500 Orang)

1. Gedung
2. Catering 500 orang
3. Baju Pengantin dan Make up
4. Mobil Pengantin
5. Pre wedding
6. Pagar ayu dan pagar bagus 4 pasang
7. Foto Dan Shooting di hari H
8. MC
9. Singer's
10. Hand Flower
11. Undangan
12. Souvenir

Disamping paket wedding yang dibuat dalam beberapa klasifikasi/jenis, penting juga dilengkapi dengan berbagai gambar/foto yang terkait dengan event wedding seperti contoh foto ruang resepsi pernikahan dibawah ini :



Gambar 7. Tempat Event Wedding

B. Latihan

Lingkari huruf B apabila pernyataan dibawah ini Benar dan huruf S apabila pernyataan tersebut Salah

1. B – S Tema event disusun secara panjang, jelas dan benar sehingga memberikan kesan yang mudah diingat bagi orang yang membacanya.
2. B – S Faktor utama yang menjadi pertimbangan diadakannya sebuah acara adalah Konsep atau tema acara yang jelas.
3. B – S Tahap selanjutnya setelah tema acara ditentukan adalah menyusun timeline Yang matang.
4. B – S *Rundown* merupakan jadwal atau rangkaian kegiatan saat berlangsungnya event Pada hari H
5. B – S Bergabung dengan komunitas stakeholder merupakan salah satu upaya untuk Menjaln hubungan yang baik dengan mitra kerja.

Tugas

Mahasiswa bekerja sama dalam satu tim untuk menyelenggarakan sebuah event yang dipilih bersama, dengan kegiatan sebagai berikut :

- Penentuan Event
- Pembentukan Tim Kerja
- Pembagian Tugas
- Pembuatan Proposal
- Mencari Sponsor
- Melaksanakan Event

DAFTAR PUSTAKA

1. Indro Suseno, (2009), *Untung Besar Bisnis Event Organizer*, Penerbit Indonesia Cerdas, Yogyakarta
2. Chusnu Syarifa, (2016), *Modul Manajemen Event*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jogjakarta
3. Natoradjo, S. (2011) *Event organizing: Dasar-dasar event management*. Jakarta: Kompas Gramedia.
4. Noor. A. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
5. Suseno, I. K. (2005). *Cara pintar jadi event organizer*. Jogjakarta: Galang Press.
6. <https://www.bitebrands.co/2017/02/tips-cara-efektif-agar-event--sukes-rencana.html>