

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PROSES *EVENT* WONDERFIELD DALAM RANGKA MEMPERINGATI  
ULANG TAHUN KE-12 PLAZA AMBARRUKMO  
OLEH CV. MARVEL INDONESIA**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya  
(A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi *Public Relations***



**Disusun Oleh:**

**Bian Lazuardi Santosa**

**2015/PR/4006**

**PROGRAM STUDI *PUBLIC RELATIONS*  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI  
YOGYAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**Proses *Event* Wonderfield Dalam Rangka Memperingati Ulang Tahun ke-12**

**Plaza Ambarrukmo oleh CV. Marvel Indonesia**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi *Public Relations*

Disusun Oleh:

**Bian Lazuardi Santosa**

NIM: 2015/PR/4006

Disetujui Oleh:

**Hening Budi Prabawati, M.Si.**

NIK: 042.2032.01

**PROGRAM STUDI *PUBLIC RELATIONS***

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**

**YOGYAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah diajukan serta dipresentasikan dihadapan dosen penguji Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

Hari : Selasa  
Tanggal : 17 Juli 2018  
Pukul : 09.00 – selesai  
Tempat : Ruang Presentasi Stikom

1. Hening Budi Prabawati, M.Si.  
(Sebagai Pembimbing dan Dosen Penguji I) .....
2. Rofiq Anwar, M.A.  
(Sebagai Dosen Penguji II) .....
3. Firdha Irmawanti, M.A.  
(Sebagai Dosen Penguji III) .....

Mengesahkan,

Mengetahui,

R. Sumantri Raharjo, M.Si.

Hening Budi Prabawati, M.Si.

NIK: 028.2031.02

NIK: 042.2032.01

(Ketua Stikom)

(Ketua Program Studi *Public Relations*)

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama	Bian Lazuardi Santosa
NIM	2015/PR/4006
Judul Laporan	<b>Proses <i>Event</i> Wonderfield Dalam Rangka Memperingati Ulang Tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo oleh CV. Marvel Indonesia</b>

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini orisinal, murni karya saya, yang merupakan deskripsi atas latihan kerja profesional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan di CV. Marvel Indonesia dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy-paste*) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila kemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen-dokumen yang terpercaya kesahihannya oleh pemimpin Stikom, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian dipublikasikan secara luas oleh Stikom.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 19 Juli 2018

Bian Lazuardi Santosa

## **MOTTO**

---

**“Stars can’t shine  
without darkness”**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamduillahi Rabbil'alamin*, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kelancaran serta kekuatan fisik dan mental dalam usaha untuk menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan untuk melengkapi salah satu syarat kelulusan program Diploma III Program studi *Public Relation* Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulisan ini penulis persembahkan kepada para pihak-pihak yang telah berjasa membantu hingga laporan ini selesai, kepada:

1. R. Sumantri Raharjo, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
2. Hening Budi Prabawati, M.Si. Ketua Program Studi *Public Relations* Stikom Yogyakarta.
3. Segenap dosen Program Studi *Public Relations, Advertising, Broadcasting*, dan seluruh karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
4. Seluruh pihak dari CV. Marvel Indonesia
5. Keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberi dukungan selama ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini belum dapat sempurna seperti yang diharapkan. Harapan penulis semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membantu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, kelancaran serta kekuatan fisik dan mental dalam usaha untuk menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul “Proses *Event* Wonderfield Dalam Rangka Memperingati Ulang Tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo oleh CV. Marvel Indonesia” dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini diajukan untuk syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Diploma III Program studi *Public Relations* Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.

Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya.
2. Kedua orang tua saya, Ibu dan Bapak yang selalu memberikan berbagai bentuk dukungan yang luar biasa selama masa perkuliahan hingga penyusunan laporan ini.
3. Keluarga besar Tjiptowiharjo dan Brotowiharjo yang selalu memberi motivasi.
4. Ibu Hening B. Prabawati, M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberi saya ilmu yang bermanfaat dan meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing saya hingga laporan ini selesai.
5. Dosen Progam Studi *Public Relations* Stikom yang telah memberikan perkuliahan selama tiga tahun ini Pak Muntaha, Pak Mantri, Pak Rofiq, Mba Djati, Mba Firdha, dan seluruh dosen tamu, terima kasih untuk ilmunya.
6. Seluruh jajaran karyawan Stikom Yogyakarta.
7. Ibu Ifada Fauzia dan Bapak Nakamoto dan seluruh *staff* CV. Marvel Indonesia, terima kasih untuk kesempatan yang telah diberikan.
8. Teman-teman PR 2015 dan HMJ Public Relations, terima kasih atas kebersamaannya selama tiga tahun ini.

9. Teman-teman Mabes 295 – Dynamics Racing; Dimaz, Pitek, Si Ro, Gendon, Ndaru, Sakur, Sidiq.
10. Sengoro Top Bikebaik, Pak Coky, Mas Adit Kiaikanjeng, Mas Arya, Mas Nunu, Bagong, yang tidak terasa saya telah break bersepeda selama tiga tahun demi menyelesaikan perkuliahan terlebih dahulu.
11. Rekan-rekan SMA Soda 2010 yang masih hingga sekarang masih sering berkumpul, Ahsin, Zaki, Risang, Dande, Safri.
12. Thankyou for everything to Bunga Trishana, I wanna sleep now, and I wanna marry you as soon as possible. Goodnite!
13. Terima kasih untuk seluruh pihak yang telah membantu penyusunan laporan ini yang tidak dapat ditulis satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan ini masih banyak terdapat kekurangan yang menjadikannya tidak sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan laporan ini. Selain itu, penulis berharap ketidaksempurnaan laporan ini dapat memunculkan ide-ide baru bagi Ilmu Komunikasi, khususnya bagi bidang *Public Relations*.

Yogyakarta, 19 Juli 2018

Bian Lazuardi Santosa



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Pernyataan Etika Akademik.....	iv
Motto.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xii
Abstrak .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....	4
D. Waktu dan Tempat Praktik Kerja Lapangan.....	5
E. Metode Praktik Kerja Lapangan .....	5
<b>BAB II KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>7</b>
A. Penegasan Judul.....	8
B. Konsep-konsep yang Digunakan .....	8
A. <i>Public Relations</i> .....	9
a. Pengertian <i>Public Relations</i> .....	9
b. Peran <i>Public Relations</i> .....	9
c. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	10
d. Ruang Lingkup Pekerjaan <i>Public Relations</i> .....	11
B. <i>Event</i> .....	12
a. Pengertian <i>Event</i> .....	12
b. Tujuan <i>Event</i> .....	13
c. Pengelompokan <i>Event</i> .....	14
C. <i>Event Organizer</i> .....	15
a. Pengertian <i>Event Organizer</i> .....	15
b. Alasan Menggunakan Jasa <i>Event Organizer</i> .....	16

D. Tahapan Pelaksanaan <i>Event</i> .....	18
<b>BAB III PROFIL PERUSAHAAN</b> .....	31
A. Sejarah CV. Marvel Indonesia .....	31
B. Logo CV. Marvel Indonesia.....	33
C. Struktur Organisasi CV. Marvel Indonesia.....	34
D. Layanan CV. Marvel Indonesia .....	35
E. Klien CV. Marvel Indonesia .....	35
F. <i>Company Profile</i> .....	37
<b>BAB IV KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN &amp; PEMBAHASAN</b> .....	38
A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	38
B. Pembahasan.....	43
1. Menjabarkan Ide Menjadi Konsep.....	44
2. Membuat Desain <i>Event</i> .....	46
3. Pra <i>Event</i> .....	61
4. Pelaksanaan <i>Event</i> .....	65
5. Pasca <i>Event</i> .....	74
C. Analisis Penulis .....	76
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	81
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	84
<b>LAMPIRAN</b> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

<b>BAB III</b> .....	31
Gambar 1 “Logo CV. Marvel Indonesia” .....	33
Gambar 2 “Struktur Organisasi CV. Marvel Indonesia” .....	34
<b>BAB IV</b> .....	38
Gambar 3 “Proses <i>Event Wonderfield</i> ” .....	43
Gambar 4 “Proposal <i>Event Wonderfield</i> ” .....	48
Gambar 5 “ <i>Rundown Event Wonderfield</i> Hari Pertama” .....	49
Gambar 6 “ <i>Rundown Event Wonderfield</i> Hari Kedua” .....	50
Gambar 7 “ <i>Rundown Event Wonderfield</i> Hari Ketiga” .....	51
Gambar 8 “ <i>Gates Design Event Wonderfield</i> ” .....	54
Gambar 9 “ <i>Backdrop Design Panggung Event Wonderfield</i> ” .....	55
Gambar 10 “ <i>Atrium Layout Event Wonderfield</i> ” .....	55
Gambar 11 “ <i>Atrium Layout Event Wonderfield</i> ” .....	56
Gambar 12 “ <i>Garden Layout Event Wonderfield</i> ” .....	56
Gambar 13 “ <i>Garden Layout Event Wonderfield</i> ” .....	56
Gambar 14 “ <i>Layout Booth Event Wonderfield</i> ” .....	57
Gambar 15 “Materi <i>Posting Image Artist</i> ” .....	58
Gambar 16 “Materi <i>Posting Image Wonderfield General</i> ” .....	59
Gambar 17 “Surat Perjanjian Kerjasama” .....	63
Gambar 18 “Tiket Pesawat <i>Artist Event Wonderfield</i> ” .....	64
Gambar 19 “ <i>Itinerary Artist Event Wonderfield</i> ” .....	64
Gambar 20 “Penginapan Pengisi Acara <i>Wonderfield</i> ” .....	65
Gambar 21 “ <i>Rider Konsumsi Pengisi Acara</i> ” .....	65

## DAFTAR TABEL

<b>BAB III</b> .....	31
Tabel 1 “Track Record CV. Marvel Indonesia” .....	36
<b>BAB IV</b> .....	38
Tabel 2 “Daily Report PKL” .....	38
Tabel 3 “Exhibitor Event Wonderfield” .....	73
Tabel 4 “Pengukuran Kebershasilan Event Wonderfield” .....	78

## ABSTRAK

*Event* atau acara adalah hal atau pokok yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan. Acara dilaksanakan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya, tidak dilakukan secara spontan. Setidaknya ada beberapa yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan event, seperti: perencanaan yang matang, kepanitiaan, pembuatan konsep, *timeline* acara.

Marvelindo sebagai *event organizing* melakukan perencanaan dan pengelolaan *event* yang merupakan event tahunan dari Plaza Ambarrukmo, *event* yang dikelola Marvelindo ini merupakan rangkaian acara dari ulang tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo. Plaza Ambarrukmo yang didirikan pada tahun 2006 sebagai langkah promosi dan *entertainment* kemeriahan ulang tahun Plaza Ambarrukmo, bekerjasama dengan Marvelindo menyelenggarakan *event* “*Wonderfield*” yang diharapkan bisa menjadi daya tarik pengunjung maupun konsumen Plaza Ambarrukmo.

“*Wonderfield*” mengangkat tema “*Mom & Kids Playground Festival*” yang dilaksanakan pada tanggal 9-11 Maret 2018 di Atrium Plaza Ambarrukmo. Tema *Mom & Kids Playground Festival* digunakan karena pada acara utama *Wonderfield* ini adalah *event talkshow* mengenai *parenting* atau pembelajaran pengasuhan interaksi antara orang tua dan anak yang meliputi aktivitas memberi petunjuk, memberi makan, memberi pakaian dan melindungi anak saat mereka tumbuh berkembang. Selain itu terdapat acara pendukung seperti perlombaan anak dan festival band sekolah dan lain sebagainya. Target *audiens* dari “*Wonderfield*” adalah ibu dan anak juga anak muda pecinta kuliner yang sedang tren di Yogyakarta.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi yang menghadirkan persaingan ketat dan mobilitas masyarakat yang tinggi, dunia bisnis di Indonesia juga mengalami kemajuan yang pesat. Kepentingan masyarakat pun menjadi heterogen dan terdapat banyak aspek yang mempengaruhinya seperti; kepentingan keluarga, berelasi, kepentingan usaha dan lain sebagainya. Salah satu dari tujuan tersebut yaitu untuk menghadiri acara, seperti acara pernikahan keluarga, acara perkumpulan atau reuni, pertemuan rapat dan lain-lain. Acara merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting baik secara individu maupun kelompok. Apabila dilihat lebih dalam mengenai acara-acara tersebut, dibalik acara pasti ada seseorang atau beberapa orang yang saling bekerjasama untuk menyukseskan acara tersebut. Mereka merancang dan merencanakan acara agar dapat berjalan dengan lancar dan sesuai tujuan, orang-orang atau kelompok tersebut dapat disebut dengan *Event Organizer*.

*Event organizing* merupakan salah satu sarana komunikasi dan pemasaran strategis yang telah banyak dimanfaatkan oleh perusahaan, dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar untuk kegiatan-kegiatan seperti *product launching*, seminar, perlombaan, atau *event* promosi. Tujuannya adalah untuk membantu perusahaan berkomunikasi dengan masyarakat dan khalayak potensial mereka. *Event organizing* merupakan proses merencanakan proyek untuk merancang atau menciptakan suatu acara. Sedangkan *event organizer* (EO) didefinisikan sebagai pihak yang merencanakan, mengelola dan mengatur, serta mengeksekusi suatu acara yang diselenggarakan berdasarkan atas permintaan klien. Pelaku *event organizer* menuntut keterampilan dan inovasi baru pada setiap *event*, selain

itu kreatifitas untuk menampilkan ide-ide baru yang terus berkembang sesuai tren dan permintaan klien haruslah tercapai dan dikelola secara profesional.

Profesionalitas *event organizer* yang baik dapat dicapai dan dikelola dalam suatu *event management* yang baik. *Event management* dapat didefinisikan sebagai mengorganisir sebuah *event* yang dikelola secara sistematis, efektif, efisien dan profesional, yang kegiatannya meliputi perencanaan konsep, pengelolaan dan penentuan *job description*, pelaksanaan *event* hingga melakukan pengawasan. Perencanaan dan pengorganisasian yang baik dibutuhkan kerja keras, kerja cerdas dan kerjasama. Semua sumber daya yang ada harus dioptimalkan untuk mencapai kesuksesan rencana konsep yang telah disusun. Setiap kinerja individu pada *event organizer* harus bekerja sesuai dengan tugas, fungsi dan peran, keahlian dan kompetensi masing-masing untuk mencapai program kerja event yang telah ditetapkan sehingga dapat membanggakan dan memuaskan klien *event organizer*.

Supaya sebuah *event* dapat berjalan sesuai harapan, tim *event organizer* harus dapat memahami latar belakang klien, mampu mengidentifikasi target khalayak, menyusun konsep acara kreatif, merencanakan logistik dan koordinasi aspek-aspek teknis hingga memahami *brand* perusahaan/klien sebelum acara diselenggarakan. Saat ini di era yang serba mudah dan cepat, klien *event organizer* dari instansi atau perusahaan memiliki *event* yang sifatnya internal atau program *event* yang disusun secara internal oleh mereka sendiri. Untuk melaksanakannya, mereka menggandeng *event organizer* demi efisiensi dan keberhasilan *event* tersebut. Salah satu faktor mengapa klien perusahaan atau instansi menggunakan jasa *event organizer* karena mereka tidak memiliki cukup tenaga dan pikiran untuk membentuk panitia internal diantara mereka sendiri untuk melaksanakan keseluruhan *event* tersebut. Event organizer berperan penting dalam pelaksanaan sebuah *event*, *event*



*organizer* menjadi pengatur seluruh unsur pendukung supaya acara mampu bersinergi menghasilkan rangkaian acara yang sukses, baik penyelenggaraan maupun tujuan dari *event* tersebut. *Event organizer* akan mengatur dan mengawasi banyak sumber daya manusia (SDM) yang mendukung acara dan keperluan acara agar sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.

Faktor lain klien dari instansi maupun perusahaan menggunakan jasa *event organizer* yaitu perusahaan lebih terbantu karena dengan adanya *event organizer* yang memadukan konsep promosi dengan *entertainment*. Salah satu instansi yang menggunakan jasa *event organizer* untuk mengadakan *event* berkonsep promosi dan *entertainment* adalah PT. Putera Mataram Mitra Sejahtera (Plaza Ambarrukmo) yang bekerjasama dengan CV. Marvel Indonesia (Marvelindo). Plaza Ambarrukmo adalah salah satu pusat perbelanjaan di Yogyakarta, dan melakukan kerjasama untuk melaksanakan *event* dengan EO Marvelindo. Marvelindo melakukan perencanaan dan pengelolaan *event* yang merupakan event tahunan dari Plaza Ambarrukmo, *event* yang dikelola Marvelindo ini merupakan rangkaian acara dari ulang tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo. Plaza Ambarrukmo yang didirikan pada tahun 2006 sebagai langkah promosi dan *entertainment* kemeriahan ulang tahun Plaza Ambarrukmo, bekerjasama dengan Marvelindo menyelenggarakan *event* “**Wonderfield**” yang diharapkan bisa menjadi daya tarik pengunjung maupun konsumen Plaza Ambarrukmo.

“*Wonderfield*” mengangkat tema “*Mom & Kids Playground Festival*” yang dilaksanakan pada tanggal 9-11 Maret 2018 di Atrium Plaza Ambarrukmo. Tema *Mom & Kids Playground Festival* digunakan karena pada acara utama Wonderfield ini adalah *event talkshow* mengenai *parenting* atau pembelajaran pengasuhan interaksi antara orang tua dan anak yang meliputi aktivitas memberi petunjuk, memberi makan, memberi pakaian dan melindungi anak saat mereka tumbuh berkembang. Selain itu

terdapat acara pendukung seperti perlombaan anak dan festival band sekolah dan lain sebagainya. Target *audiens* dari “*Wonderfield*” adalah ibu dan anak juga anak muda pecinta kuliner yang sedang tren di Yogyakarta.

Selain *event* “*Wonderfield*”, pada rangkaian acara ulang tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo juga diadakan *special event* lainnya seperti “*Miniature Scale & Railway Expo*”, “*Kids Festival*” dan “*Jogja Fashion Festival*” yang diadakan bergantian setiap minggunya.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

**“Bagaimana proses *event* “*Wonderfield*” dalam rangka memperingati ulang tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo oleh CV. Marvel Indonesia?”**

## **C. TUJUAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**) Tujuan Praktik Kerja Lapangan bagi penulis adalah:**

1. Menjalankan kewajiban mahasiswa tingkat akhir yaitu melaksanakan Praktik Kerja Lapangan dan menulis laporan sebagai salah satu syarat kelulusan program Diploma III *Public Relations* Sekolah Tinggi Komunikasi Yogyakarta.
2. Membantu penulis dalam mengembangkan potensi diri melalui proses belajar diluar kampus dan berinteraksi langsung dengan dunia kerja industri kreatif untuk menambah pengalaman, relasi serta wawasan dalam mengembangkan ide-ide baru.
3. Menambah ilmu tentang kinerja tim *Field Officer* dalam menangani proses *event* “*Wonderfield*”.

## J) Manfaat Praktik Kerja Lapangan

1. Mampu mengetahui bagaimana perusahaan *Event Organizer* melakukan proses *event* “*Wonderfield*”.
2. Mampu bersaing di dunia kerja industri kreatif khususnya bisnis *Event Organizer* dalam menangani *event* besar.
3. Mengetahui proses pencarian ide baru yang menginspirasi untuk melakukan inovasi dalam pembuatan *event* kedepannya.

## D. WAKTU DAN TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN

### 1. Tempat

Instansi	: CV. Marvel Indonesia (Marvelindo)
Alamat	: Jalan Taman 2A, Patehan, Kraton, Yogyakarta
Telp	: (0274) 417265 / +62 81225 904604
E-mail	: <a href="mailto:office@marvelindo.id">office@marvelindo.id</a> / <a href="mailto:marvelindoinc@gmail.com">marvelindoinc@gmail.com</a>
Divisi Unit	: <i>Organizer, Wedding &amp; Production</i>
Director	: Ifada Fauzia Amaliasari, S.I.P.

### 2. Waktu

Tanggal	: 01 Februari 2018 - 01 April 2018
Hari	: Senin – Sabtu
Waktu	: 09.30 – 17.00 WIB

## E. METODE PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Metode Praktik Kerja Lapangan yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

### 1. Persiapan Praktik Kerja Lapangan

Pada tanggal 6 November 2017, pukul 10.00 WIB penulis mendatangi lokasi Kantor CV. Marvel Indonesia yang beralamat di Jalan Taman 2A, Patehan, Kraton, Yogyakarta, dan menanyakan apakah perusahaan

dapat menerima mahasiswa untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan, dan apa saja syarat dan ketentuan untuk dapat melakukan Praktik Kerja Lapangan di CV. Marvel Indonesia. Setelah penulis mendapatkan informasi, pada tanggal 16 Desember 2017 penulis kembali untuk bertemu dengan *Director* CV. Marvel Indonesia dengan menyerahkan Surat Permohonan Ijin PKL Nomor 06/E/AKD/Dir/PR/PKL/XII/2017 yang dikeluarkan dari kampus Stikom, lengkap dengan berkas *Curriculum Vitae* dan transkrip nilai.

## **2. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan**

Setelah diterima di CV. Marvel Indonesia sebagai mahasiswa magang, penulis mulai melakukan Praktik Kerja Lapangan dari tanggal 01 Februari 2018 sampai dengan 01 April 2018. Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan dari hari Senin – Sabtu mulai pukul 09.30 – 17.30 WIB. Jam kerja di CV. Marvel Indonesia juga fleksibel karena terkadang menyesuaikan pihak *client* yang meminta *meeting* malam hari untuk mengetahui *progress event* yang sedang berlangsung.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam menyusun Praktik Kerja Lapangan ini, penulis melakukan pengumpulan data sebagai berikut:

### **a. Observasi**

Penulis terlibat langsung dalam melakukan pengamatan, pencatatan, maupun keikutsertaan secara langsung aktivitas dan kegiatan divisi *Hospitality* dan *Liaison Officer* mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi sebuah event.

### **b. Studi Pustaka**

Pada pengumpulan data ini, data yang diperoleh berasal dari catatan perkuliahan, buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan laporan-laporan yang telah disusun. Untuk melengkapi penulisan laporan, maka penulis mencari referensi dari buku-buku yang dapat dijadikan sumber penulisan laporan yang sesuai dengan judul laporan yang dapat dipahami dan dipelajari sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan.

**c. Wawancara**

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (Ruslan, 2003: 23).

Untuk memperoleh data yang valid, penulis melakukan pengumpulan data dengan wawancara mendalam dengan pengajuan pertanyaan kepada narasumber terkait. Wawancara langsung dilakukan dengan *Director CV. Marvel Indonesia* yaitu Ibu Ifada Fauzia Amaliasari, S.I.P., *event manager* Bapak Nakamoto, Bapak Dika divisi *Creative* dan Bapak Sandra Laksana divisi *Production*.

**d. Partisipasi Aktif**

Penulis mengikuti partisipasi aktif dalam *event “Wonderfield”*, seperti mengikuti seluruh *rundown event* selama *event* berlangsung, melakukan *monitoring event* dari awal hingga akhir, melaksanakan tugas divisi *team event organizer*, serta merangkum dan mengevaluasi seluruh rangkaian *event*.

## BAB II

### KERANGKA KONSEP

#### A. PENEGASAN JUDUL

Pada penulisan laporan ini, penulis akan membahas mengenai proses *event* “*Wonderfield*” dalam rangka memperingati ulang tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo yang diselenggarakan oleh CV. Marvel Indonesia (Marvelindo). Pokok pembahasan proses *event* “*Wonderfield*” ini diawali pada tahapan penentuan konsep *event* yang nantinya dirumuskan dan disusun menjadi desain produksi sebuah *event* berupa proposal. Tahapan pelaksanaan *event* selanjutnya adalah pembentukan tim dan pembagian *job description event* “*Wonderfield*” hingga tahap produksi *event* yang terdiri dari mengawal detail *rundown* dan penjelasan mengenai fungsi tim. Pada tahap proses *event* yang terakhir berupa *event report* dan evaluasi, penulis uraikan pada bab selanjutnya.

*Event* “*Wonderfield*” merupakan acara pembuka rangkaian hari ulang tahun (Hault) ke-12 Plaza Ambarrukmo yang mengambil konsep *Mom & Kids Playground Festival*, konsep tersebut digunakan karena *event* ini bertujuan mengajak keluarga, khususnya *mom & kids* untuk menikmati *quality time* didukung dengan konten acara edukatif yang menarik dan penuh kreativitas. *Event* “*Wonderfield*” yang diselenggarakan oleh *event organizer* Marvelindo menggunakan areal seluas 750 meter persegi di Atrium dan Pendopo Plaza Ambarrukmo. Atrium Plaza Ambarrukmo dijadikan *venue* utama acara “*Wonderfield*”, kegiatan yang digelar di lokasi ini meliputi *talkshow parenting*, ajang pencarian bakat, dan *workshop*. Sedangkan di lokasi Pendopo Plaza Ambarrukmo diisi dengan area *tenant* makanan. Di ruangan terbuka ini,

pengunjung dapat menikmati kuliner serta bersantai sembari menyaksikan acara spesial, yakni *Disco Kids*, atraksi sulap, dan musik. CV. Marvel Indonesia sebagai *event organizer* yang bekerja dari keinginan pihak yang memiliki dana (klien) dalam hal ini Plaza Ambarukmo, cukup memberi *briefing* singkat mengenai maksud dan tujuan *event* yang dicapai, sementara untuk konsep kreatif dan eksekusinya menjadi tanggung jawab Mavelindo. Dalam mengemas konsep *event* “*Wonderfield*”, Marvelindo menjadikannya desain produksi berupa rangkaian acara *entertainment*, *education* dan *exhibition* yang menarik.

## **B. KONSEP-KONSEP YANG DIGUNAKAN**

### **A. *Public Relations***

#### **a. Pengertian *Public Relations***

Menurut Scott. Cutlip, Allen H. Center dan Flen M. Broom menyatakan bahwa *Public Relations* (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Jefkins menyebutkan *Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Pada dasarnya *Public Relations* merupakan proses komunikasi kepada publik untuk menjalin relasi yang baik sehingga tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan. *Public Relations* adalah seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau suatu organisasi.

## **b. Peran *Public Relations***

Peran atau fungsi adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *Public Relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang *Public Relations*. Jadi, *Public Relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik. Secara garis besar peran *Public Relations* adalah:

### 1. *Communication Technician*

Deskripsi pekerjaan terkait keahlian komunikasi dan jurnalistik, seperti menulis dan mengedit *newsletter*, menulis dan mengirimkan *press release* dan *feature*, mengembangkan *content web* dan menangani kontak dengan media. Segala informasi yang akan disampaikan perusahaan kepada pers, perusahaan akan menugaskan *Public Relations*.

### 2. *Expert Prescriber*

Praktisi yang beroperasi sebagai pakar bertugas mendefinisikan problem, mengembangkan program dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya. Pimpinan dan klien menginginkan posisi ini diisi orang yang ahli karena mereka ingin memastikan bahwa *Public Relations* sudah ditangani oleh pakar *Public Relations* profesional.

### 3. *Communication Facilitator*

Peran fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara, *interpreter* dan *mediator* antar organisasi dan publiknya. Menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka.

### 4. *Problem Solving Fasilitator*

Praktisi pemecah masalah membantu manajer lain dan organisasi untuk mengaplikasikan *Public Relations* dalam



proses manajemen bertahap yang juga dipakai untuk memecahkan *problem* organisasi lainnya.

**c. Tujuan *Public Relations***

Karena *Public Relations* adalah fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah tujuan-tujuan komunikasi. Tujuan *Public Relations* antara lain:

1. Menciptakan Pemahaman (*Mutual Understanding*)  
Berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*well-informed*) antara perusahaan dan publiknya.
2. Membangun Citra Korporat (*Corporate Image*)  
Tujuan *Public Relations* adalah agar citra perusahaan positif di mata publiknya.
3. Citra Korporat Melalui Program CSR  
*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah program *Public Relations* untuk melibatkan diri mengatasi persoalan-persoalan sosial di lingkungannya.
4. Membentuk Opini Publik  
Sikap publik terhadap perusahaan bila diekspresikan disebut opini publik, Jadi opini publik ini merupakan ekspresi publik mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan.
5. Membentuk *Goodwill* dan Kerja Sama  
Tujuan *Public Relations* ini sudah pada tahap tindakan nyata. Artinya sudah tercipta jalinan kerja sama dalam bentuk perilaku tertentu yang mendukung keberhasilan perusahaan.

**d. Ruang Lingkup Pekerjaan *Public Relations***

Dari paparan peran dan tujuan *Public Relations* di atas, dapat dijabarkan ruang lingkup pekerjaan *Public Relations*. Secara

sederhana pekerjaan yang biasa dilakukan *Public Relations*, yaitu:

1. *Publication & Publicity*

Yaitu memperkenalkan perusahaan kepada publik. Misalnya membuat *release* yang disebarakan ke media.

2. *News*

Seorang *Public Relations* dituntut menguasai teknik-teknik menulis sehingga dapat menghasilkan produk-produk tulisan, seperti; *press release*, *newsletter*, berita dan lain-lain.

3. *Community Involvement*

*Public Relations* mesti membuat program-program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitarnya.

4. *Identity Media*

Merupakan pekerjaan *Public Relations* dalam membina hubungan baik dengan media (pers).

5. *Lobbying*

*Public Relations* dituntut mempunyai keahlian persuasi dan negosiasi dengan berbagai pihak.

6. *Social Investment*

Pekerjaan *Public Relations* untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial.

7. *Events*

Mengorganisir *event* atau kegiatan sebagai upaya membentuk citra. Penjelasan mengenai *event* ini akan dibahas lebih lanjut pada bab selanjutnya.

## **B. Event**

### **a. Pengertian *Event***

*Event* atau acara adalah hal atau pokok yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan. Acara dilaksanakan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya, tidak dilakukan secara spontan. Setidaknya ada beberapa yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan *event*, seperti: perencanaan yang matang, kepanitiaan, pembuatan konsep, *timeline* acara.

Dalam buku yang ditulis Noor, "*Manajemen Event*" (Noor, 2009: 7) menyebutkan bahwa *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Dalam buku "*Special Event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*" karya Pudjiastuti, menjelaskan pengertian *Special Event* yang dikutip dari Rosady Ruslan (1999) adalah sebuah ajang yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian dari media, klien, perusahaan atau produk. Ajang tersebut dapat didesain untuk mentransfer pesan spesifik tentang produk dan juga untuk menunjukkan fakta bahwa perusahaan memberikan kesempatan yang sama kepada semua pekerja. Dalam hal ini perusahaan adalah tempat yang tepat untuk bekerja dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial. Perusahaan menjadi tetangga yang baik, memberikan tempat untuk kemajuan wanita, menghasilkan produk berkualitas nomor satu dan merupakan pembayar pajak yang patuh.

## **b. Tujuan *Event***

Tujuan dalam pelaksanaan *event* tidak semata-mata memberikan hiburan pada masyarakat, tetapi juga mempunyai tujuan lain yang ingin dicapai perusahaan, yaitu (Rosady Ruslan, 1999)<sup>1</sup>:

1. *Awareness*, meningkatkan pengetahuan khalayak terhadap perusahaan atau produk yang ditampilkan.
2. Memperoleh publikasi yang positif melalui komunikasi timbal balik.
3. Menunjukkan niat baik dari perusahaan atau produk yang diwakilinya dan sekaligus memberikan citra positif pada masyarakat sebagai publik sasarannya.
4. Mempertahankan penerimaan masyarakat.
5. Memperoleh rekanan baru melalui *event* yang dirancang secara menarik dan kreatif.

Menurut Tom Duncan (2003), tujuan dari *event* adalah:

1. Memengaruhi khalayak sasaran.
2. Mengasosiasikan sebuah merek dengan suatu kegiatan, gaya hidup, atau individu tertentu.
3. Menjangkau target sasaran yang lebih luas.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek, produk atau perusahaan.
5. Mempublikasikan sebuah merek, produk atau perusahaan yang nantinya akan meningkatkan pengetahuan khalayak.

Dari pendapat para ahli di atas, dapat dirumuskan bahwa tujuan diadakannya *event* adalah untuk memengaruhi khalayak, proses publikasi, niat baik perusahaan, promosi, memecahkan masalah, merumuskan kebijakan-kebijakan dan menciptakan citra baik atau citra positif

---

<sup>1</sup> Dalam buku karangan Wahyuni Pudjiastuti. *Special Event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.

### c. Pengelompokan *Event*

Dalam buku yang ditulis Beatrix "*I Love to Organize*" (Beatrix, 2006) disebutkan bahwa *event* memiliki pengelompokan, antara lain:

#### 1. *Calender Event*

Kelompok ini terdiri dari acara reguler yang diadakan pada hari, bulan dan tahun tertentu secara *periodic* sepanjang tahun kalender.

#### 2. *Momentum Event*

Acara yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen-momen tertentu di luar acara rutin, contoh: menyambut Hari Kartini, perayaan Hari Anak Sedunia.

#### 3. *Special Event*

Adalah suatu acara yang tidak dibuat secara reguler dan untuk suatu yang sangat khusus. Suatu *event* dapat digolongkan ke dalam *Special Event* berdasarkan besar dan isinya. Contoh *Special Event* adalah:

- *Grand opening, soft opening, launching product*
- Non-komersil seperti; *community event, charity, event* perusahaan, sumbangang bencana alam

## C. *Event Organizer*

### a. *Pengertian Event Organizer*

*Event Organizer* terdiri dari 2 kata bahasa inggris yaitu *event* dan *organizer*. *Event* berarti Acara, sedangkan *Organizer* itu Pengatur, sehingga *event organizer* dapat diartikan secara harfiah sebagai: Sekumpulan orang yang mengatur acara. *Event* adalah peristiwa (terencana) dan bukan kejadian (tiba-tiba), yang memiliki tujuan tertentu. Sedangkan *Organizer* adalah suatu tatanan, perencanaan, penyelenggaraan program atau peristiwa agar tercapai tujuan peristiwa tersebut (Hafidz, 2017: 21).

Menurut Rhenald Kasali, *Event Organizer* (EO) 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, menyakinkan keamanan pelaksanaan, merekam gejolak keinginan pasar, serta menyiapkan teknologi dan pemasarannya, sampai pada *event report* (laporan pertanggungjawaban) atau evaluasi.

Ada banyak definisi *event organizer*, namun pengertian sederhana *event organizer* adalah penyedia jasa professional penyelenggara sebuah acara. Pada dasarnya sebuah *event organizer* memiliki tugas membantu kliennya untuk menyelenggarakan acara yang diinginkan. Contohnya seperti *launching product, company gathering, anniversary, exhibitions*, seminar, promosi, *product selling*, konser musik dan sebagainya. Tugas EO mengorganisir segala keperluan *event* mulai dari tahap persiapan (Pra Produksi), event berjalan baik dan lancar (Produksi) serta pelaporan dan evaluasi (Pasca Produksi).

EO bekerja sesuai dengan order yang diberikan oleh klien, porsi kerjanya pun tergantung klien. Tidak ada standar khusus porsi pekerjaan untuk sebuah EO, bisa saja EO itu mengurus semua hal mulai dari konsep awal hingga acara berjalan, bisa juga EO hanya menjalankan event sesuai dengan yang telah dikonsepsikan oleh klien.

## **b. Alasan Menggunakan Jasa *Event Organizer***

Hafidz dalam bukunya yang berjudul “*CEO: Chief Event Organizer*” (Hafidz, 2017: 18) menyebutkan bahwa sedikitnya ada 5 (lima) alasan, mengapa penyelenggaraan *event* melibatkan *event organizer*, yaitu:

### **1. Profesionalitas Kerja**

*Event Organizer* adalah sebuah institusi penyelenggara acara, dengan demikian telah memiliki *standart* dalam melaksanakan *event*. Ada jaminan bahwa *event organizer* akan melaksanakan kerjanya dengan sebaik-baiknya. *Event Organizer* dibayar sesuai dengan kesepakatan antara pemberi kerja atau pengguna jasa *event organizer* dan penerima kerja (*event organizer*), layaknya sebagai orang yang bekerja dan dibayar, *event organizer* akan mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya secara rinci dan detail.

### **2. Penciptaan Lapangan Kerja**

Keberadaan sebuah institusi jasa *event organizer* biasanya dimotori oleh satu, dua atau tiga orang, namun dalam sebuah *event*, keterlibatan sumber daya dalam jumlah besar sangat dibutuhkan sebagai penjaga irama *event* agar berjalan sesuai yang direncanakan, karena dalam sebuah *event* banyak sekali item pekerjaan yang harus diselesaikan dan tertangani dengan baik. Disinilah ada sebuah penciptaan lapangan kerja.

### **3. Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah**

Lembaga jasa penyelenggaraan acara atau *event organizer* biasanya adalah usaha kecil atau beberapa dapat dikatakan menengah. Memberikan pekerjaan kepada *event organizer*, selain dimaksudkan memperoleh sebuah *event* yang terukur dan terencana dengan baik juga turut serta mensukseskan

upaya pemerintah dalam memberdayakan usaha kecil menengah sebagai penggerak roda perekonomian negara.

#### 4. Pendapatan Pajak

Dengan berkembangnya usaha kecil menengah yang sehat, tentu akan berdampak pada peningkatan pajak. *Event Organizer* yang sehat akan membayar pajak penghasilannya dan pajak pertambahan nilai perusahaannya.

#### 5. Pelayanan Publik Tidak Terganggu

Tidak semua perusahaan memiliki divisi *event organizer*, bila perusahaan mengadakan *event* perusahaannya sendiri pastinya pekerjaan di kantor dengan persiapan *event* akan terbagi dua, seperti saat mengadakan rapat, membagi anak buahnya untuk mempersiapkan panggung, undangan, konsumsi dan lain sebagainya. Belum lagi saat *event* berjalan yang harus benar-benar meninggalkan pekerjaan rutinnnya. Fungsi perusahaan sebagai pelayanan *publik* jelas terganggu. Oleh sebab itu perusahaan lebih memilih menggunakan *event organizer* karena sumber daya mengelola *event* yang lebih baik dan berkualitas.

### **D. Tahapan Pelaksanaan *Event***

*Event Organizer* adalah sebuah kerja tim yang terdiri dari banyak divisi dan bagian kerja yang memiliki permasalahan kompleks dan membutuhkan penanganan cepat dalam waktu bersamaan untuk tujuan yang sama. Pada buku yang berjudul “*CEO: Chief Event Organizer*” karya Hafidz (Hafidz, 2017: 27), operasional tahapan pelaksanaan *event* oleh *event organizer* dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

#### **1. Mencari dan Menggali Ide**

Menggali gagasan kreatif atas *brief* / *santiaji* / KAK (Kerangka Acuan Kerja) dari calon pengguna jasa EO atau orang /



perusahaan yang punya hajat dan menuangkannya ke dalam desain produksi yang biasa disebut proposal. Gagasan sebuah *event* hendaknya diwujudkan secara *smart & straight to the point*. Alasan ini harus ditanamkan melihat pemimpin tersebut memiliki kesibukan dan waktu yang padat. Dengan kata lain, gagasan harus disampaikan secara cerdas dan tidak bertele-tele. Menyusun proposal atau desain produksi hendaknya lengkap dan menarik, baik secara tampilan maupun isi, karena itu perlu dipertimbangkan hal-hal berikut:

a. *Cover*

*Cover* adalah “wajah” dari seluruh isi desain produksi. Untuk itu cover harus didesain sebaik mungkin. Tata letak serasi, warna harmonis, huruf yang menarik, sederhana dan elegan akan mencuri perhatian.

b. Dasar Pemikiran / Latar Belakang

Dasar pemikiran berisi hal-hal yang melatarbelakangi diselenggarakannya *event*, hubungan *event* dalam kehidupan nyata, solusi yang ditawarkan dengan adanya *event* tersebut dan lain sebagainya.

c. Judul *Event*

Judul *event* menggunakan kalimat yang singkat, jelas, dan mampu menarik perhatian pembaca.

d. Tema *Event*

Tema *event* adalah pokok pikiran yang mendasari kegiatan yang akan diselenggarakan. Tema ini akan menentukan arah *event* atau tujuan dari diselenggarakannya *event*.

e. Jenis *Event*

Jenis *event* merupakan rangkaian aktivitas yang akan diselenggarakan. Aktivitas ini bisa berbagai macam bentuk, Beatrix dalam bukunya “*I Love to Organize*” (2006) ada beberapa jenis *event* diantaranya adalah:

- *Event* Perusahaan

Hari ulang tahun (Hault) perusahaan dalam berbagai bentuk, *employee / family gathering*, peresmian kantor baru, *awarding*, dan lain sebagainya.

- *Event Promosi*

Pentas musik oleh sponsor, *exhibition, sampling* dan *selling product, product launching, dealer / customer gathering*.

- *Event Pribadi*

Pesta pernikahan, perayaan ulang tahun, syukuran, dan lain sebagainya.

- *Event Pendidikan*

Seminar, *workshop, symposium, talkshow*.

- *Event Olahraga*

Kompetisi olahraga professional, pertandingan olahraga *semi-pro*, kejuaraan nasional dan kejuaraan daerah.

- *Event Seni*

Pentas seni musik, pagelaran seni tari, teater dan *fashion show*.

- *Event Amal*

Berbagai acara penggalangan dana, lelang untuk amal.

- *Event Publikasi*

Konferensi pers, *media gathering, launching program / product*.

Dari semua jenis *event* ini ada baiknya dibuat secara terperinci dan jelas. Misal acara musik, maka perlu disampaikan siapa saja yang akan tampil, siapa bintang tamunya dan lain sebagainya.

f. Maksud dan Tujuan

Berisikan hal positif dari *event* yang akan dilaksanakan, tujuan yang ingin dicapai serta *output* yang diharapkan dari terselenggaranya *event*.

g. Sasaran *Event*

Sasaran kegiatan adalah siapa *target audience* (penonton / peserta) yang akan dilibatkan secara langsung dalam *event* yang akan diselenggarakan.

h. Waktu dan Tempat Pelaksanaan *Event*

Pemilihan waktu dan tempat secara tepat menjadi faktor penting untuk keberhasilan kegiatan, sekali salah perhitungan dalam menentukan waktu atau tempat maka bisa terjadi EO akan mengalami kerugian.

i. Penyelenggara *Event*

Untuk menyakinkan pihak klien atau *sponsorship*, proposal berisikan profil singkat *event organizer*, prestasi yang pernah diraih EO, legalitas organisasi, dan struktur *team work*.

j. Rencana Anggaran

Rencana anggaran event harus mencantumkan rincian biaya penyelenggaraan *event* yang diperhitungkan secara logis dan realistis, baik itu pemasukan maupun pengeluaran.

k. Paket Sponsor

Halaman paket sponsor dibuat untuk memberikan alternatif pilihan kepada pihak sponsor dalam melakukan kerjasama.

l. Penutup Proposal

Setelah semua tersusun dengan baik, maka perlu berisikan mengenai harapan, dukungan dan keyakinan EO bahwa *event* yang akan dilaksanakan sangat bermanfaat dan akan berhasil. Pada bagian penutup proposal juga berisikan halaman pengesahan yang ditandatangani oleh Direktur EO lengkap dengan stempel atau cap.

m. Lampiran-lampiran

Berisi data yang memperkuat proposal, seperti; peta lokasi, denah tempat, desain panggung, detil anggaran dan lain sebagainya.

## 2. Melakukan Riset atau Studi Lapangan

### a. *Venue*

Dalam penyelenggaraan *event*, *venue* atau tempat penyelenggaraan acara sangat berpengaruh terhadap keberhasilan sebuah *event*. Hafidz dalam buku “*Mengulik Bisnis Event Organizer*” (Hafidz, 2007: 102-105) menyebutkan beberapa pertimbangan dalam memilih *venue*, antara lain:

- *Sesuai tema event*  
Dalam memilih *venue* haruslah disesuaikan dengan jenis dan tema *event* yang diselenggarakan.
- *Sesuai image product*  
Menjaga *image product* yang mensponsori, *product* yang eksklusif maka dipilih lokasi yang eksklusif juga seperti pusat perbelanjaan di atrium, gedung expo yang megah atau *ballroom* hotel berbintang.
- *Sesuai target audience*  
Jika *event* target *audience* anak muda, suka musik dan kemeriahan maka sebaiknya menggunakan lokasi di diskotik, *mall* dan *hall*.
- *Kemudahan akses dan jangkauan*  
Lokasi yang akan digunakan untuk *event* sebaiknya mudah dilalui kendaraan dan mudah dijangkau.
- *Nilai artistic*  
Bangunan yang menarik dan memiliki nilai *artistic* dapat digunakan sebagai tempat penyelenggaraan *event*.
- *Faktor keamanan dan kenyamanan*  
Sebuah *event* akan sukses jika pengunjung merasakan keamanan dan kenyamanan dalam menikmati *event* tersebut.
- *Besar kecilnya event*

Memilih tempat *event* harus memperhitungkan skala *event* yang akan digelar. Bila *event* skala nasional, dan dihadiri oleh ribuan orang, maka tempat yang digunakan adalah Stadion Utama.

- Sesuai *budget*

*Budget* adalah yang membatasi sebuah *event* dalam memilih lokasi. Tempat yang bagus dengan skala fasilitas memiliki biaya yang tinggi. Sebelum memilih tempat, sebuah *event organizer* harus melakukan observasi secara detail terhadap tempat tersebut serta dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari tempat tersebut.

b. *Audience*

Melakukan penelitian terhadap *audience* pada kegiatan yang akan diselenggarakan. Siapa yang ikut serta dalam *event* tersebut, siapa pengunjung *event*, bagaimana karakteristik *audience* dilihat dari jenis kelamin, usia dan latar belakang.

c. Pengguna Jasa / *Client*

Melakukan penelitian terhadap perusahaan / klien *event organizer*, apakah perusahaan tersebut BUMN, swasta atau perseorangan. Selain itu mengetahui acara apa yang pernah dilakukan oleh perusahaan tersebut.

d. Kompetitor

Perusahaan atau klien pengguna jasa *event organizer* biasanya memiliki kompetitor dalam pemasaran produknya. Maka EO perlu melakukan riset mengenai hal apa saja tentang kompetitor klien.

e. *Value & Impact*

- Bagi pengguna jasa *event organizer*
- Bagi *audience*

### 3. Membuat Desain Produksi

a. Pengembangan Konsep Kreatif (*Rundown*), *Talent*, *Artistic* dan *Layout*

*Rundown* acara adalah susunan program yang sistematis dari sebuah acara yang dibatasi oleh durasi. Fungsi *rundown* adalah supaya acara tersusun lebih teratur dan sistematis. Bagi *audience*, *rundown* juga akan sangat membantu mereka mengetahui dan memahami jalan atau alur sebuah acara. Persiapan *event* yang matang, tampak dari penyusunan *rundown event* yang rapi dan terstruktur. Tidak hanya mengandalkan kualitas acara, tapi juga *insight*, *positioning* dan *framing* sesi per sesi terhadap *audience* harus dipikirkan.

b. *Equipment*

*Equipment* meliputi *audio visual*, seperti proyektor, *mic*, *screen*, meja dan kursi untuk para undangan dan para hadirin, panggung, *backdrop*, *lighting* dan peralatan lainnya seperti papan petunjuk, denah *stand*, *flooring*, *podium*, *carpet*, sekat ruangan, partisi pameran, dekorasi bunga, dekorasi air mancur, dekorasi ruangan, *gate*, sofa, *level* untuk panggung, ruang ganti pakaian / *fitting room*. Penggunaan *audio visual* untuk menyampaikan pesan, memberikan penjelasan atau instruksi atau perintah kepada panitia dan *audience*. *Audio visual* juga banyak digunakan untuk demonstrasi produk atau program. *Audio visual* digunakan untuk menarik perhatian *audience* kepada agenda dari *event* tersebut.

c. *Communication Planning*

*Communication planning* atau perencanaan komunikasi adalah menetapkan informasi dan komunikasi yang dibutuhkan oleh *event organizer* untuk mempromosikan *event* yang akan diselenggarakan. Media dan bentuk promosi yang biasa digunakan dalam *event*, adalah:

- Media cetak  
Surat kabar, majalah, tabloid, bulletin, *press release* dan *advertorial*.
- Radio  
Melalui siaran radio nasional, regional, lokal yang dalam bentuk spot iklan, *adlips*, *interview* dan *talkshow*.
- Televisi  
Bentuk promosi melalui media televisi berupa iklan televisi *commercial*, *running text*, *interview*, sponsor kuis dan *talkshow*.
- Bioskop  
Iklan *audio visual* pada layar bioskop.
- Media luar ruang  
Berupa rontek, baliho, spanduk, poster, *banner*, selebaran, *cycling advertising*, patung dan *mascot event*.

d. Estimasi Biaya

Membuat estimasi biaya pada event menjadi satu hal penting dilakukan. Dalam pengelolaan *event*, dana adalah amunisi utama yang harus dipersiapkan secara matang. Dengan membuat estimasi biaya, *event organizer* dapat mengetahui seberapa banyak dana yang dibutuhkan untuk mensukseskan jalannya *event*. Paling umum dilakukan oleh *event organizer* dalam membuat rencana anggaran adalah dengan berpedoman pada tujuan *event* yang diselenggarakan. Tujuan *event* ini bisa dibedakan berdasarkan jenis kegiatannya, misalkan untuk *event* amal atau untuk komersil, dan berdasar besar-kecilnya *event*. Semakin besar skala *event* yang akan dibuat, maka semakin kompleks dalam membuat rencana anggaran.

#### 4. Pra Produksi

Tahap pra produksi ini sangat penting, karena akan menentukan kelancaran operasional saat produksi. Bila semua permasalahan dalam pra produksi telah tertangani dengan baik, maka produksi akan semakin ringan. Tahap pra produksi terdiri dari:

a. Pembentukan Tim dan Pembagian kerja (*Job Description*)

Beberapa fungsi yang ada dalam sebuah proyek *event*, antara lain:

- *Field Officer*

Fungsi yang menangani persiapan *venue*, promosi, perijinan dan keamanan, konsumsi, pengadaan perlengkapan, keuangan, kesekretariatan dan sebagainya.

- *Talent Officer*

Menangani pekerjaan yang berhubungan dengan *talent*, artis, pengisi acara, mulai dari negosiasi waktu, honor, membuat MOU sampai pada kebutuhan artis saat pentas, transportasi, konsumsi, akomodasi dan lain-lain.

- *Show Director*

Bertanggung jawab terhadap kualitas sajian acara, baik dari segi *artistic* maupun kenyamanan audiens.

- *Art Director*

Bertanggung jawab terhadap permasalahan *artistic*, seperti tampilan panggung, dekorasi, dan efek-efek lainnya yang berhubungan dengan estetika.

- *Stage Manager*

Bertanggung jawab terhadap kelancaran acara di panggung, mulai dari kemunculan *talent* hingga acara selesai.

- *Sound Engineer*

Bertanggung jawab terhadap *control* kualitas *sound system*, biasanya *Sound Engineer* bukanlah orang EO



namun diambil dari tenaga *professional* atau tim dari *supplier Sound System*.

- *Lightingman*

Bertanggung jawab terhadap *control* kualitas *lighting*. Sama halnya dengan *Sound Enginner*, *Lightingman* juga diambil dari tenaga *professional* atau dari *supplier lighting*.

- *Security*

*Security* atau petugas keamanan adalah personil dari kepolisian, tetapi EO juga harus menempatkan petugas *security*.

- *Runner*

Adalah sebuah tim yang terdiri dari beberapa orang, tergantung besar kecilnya *event*, yang bertugas serabutan, menjadi penghubung antara *Show Director* dengan pihak lainnya.

- *Client Service*

Bertanggung jawab sebagai penghubung antara klien sebagai penyandang dana / sponsor dengan *Show Director* dan *Project Officer*.

b. Penyelesaian Administrasi

Menyiapkan sekaligus melakukan perjanjian / kontrak kerja dengan:

- *Talent*
- *Supplier*
- *Venue Owner*
- *Team Work*

Melakukan koordinasi dengan instansi terkait:

- Perijinan

Perijinan diperlukan untuk setiap *event*. Ijin dari pihak pengelola gedung atau tempat, ijin dari RT dan RW setempat bila *event* diselenggarakan di lingkungan

kompleks perumahan. Selain itu juga perlu mengurus ijin dengan Polsek, Polres atau Polda tergantung skala *Event*. Ijin keramaian dari pihak kepolisian yang ditujukan kepada Polda setempat minimal satu minggu sebelum acara dimulai. Bila memasang iklan *signboard* atau *giant board*, banner dan spanduk perlu mengurus ijin reklame. Ijin keramaian dari pihak kepolisian yang ditujukan kepada Polda setempat minimal satu minggu sebelum acara dimulai.

- **Keamanan**

Disiapkan petugas keamanan dari internal. Bila *event* yang berskala besar perlu menggunakan petugas keamanan dari pihak kepolisian. Jumlah petugas tergantung dari besarnya event. Tugas dari petugas keamanan adalah mengamankan peralatan dan barang-barang selama *event* berlangsung. Selain itu, petugas keamanan juga mengamankan jalannya acara. Bila perlu, dapat melibatkan para preman di tempat tersebut agar acara terhindar dari kekacauan yang disebabkan oleh mereka juga.

- **Kesehatan**

*Event* skala besar yang menghadirkan audiens banyak diperlukan tenaga medis yang bekerja sama dengan Puskesmas atau rumah sakit sekitar. *Ambulance* juga diperlukan *stand by* di lokasi acara bila terjadi keadaan darurat.

c. *General Rehearsal*

*General Rehearsal* (GR) atau dalam istilah Indonesia adalah Gladi Resik, atau latihan terakhir dengan sungguh-sungguh seolah acara benar-benar sedang berlangsung. Dilakukan sebelum pertunjukan yang sebenarnya digelar. GR dapat

dilakukan satu hari sebelum hari-H, atau beberapa jam sebelum pertunjukan dimulai. Banyak manfaat yang diperoleh dari kegiatan GR ini, diantaranya adalah:

- Dapat melihat gambaran detil acara yang dipertunjukan.
- Dapat melihat kekurangan-kekurangan yang masih terjadi dan masih memiliki waktu untuk memperbaiki / melengkapinya.
- Dapat mengetahui waktu yang dibutuhkan dalam acara nanti, sehingga dapat melakukan pengurangan maupun penambahan item acara.
- Sebagai saran latihan, mencoba *sound system*, panggung dan kinerja masing-masing seksi dalam sebuah tim.

## 5. Produksi

Tahap Produksi adalah saat semua tim bekerja di lapangan mempersiapkan *event* sampai *event* selesai digelar. Dalam produksi, kinerja sebuah *event organizer* akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak, baik itu penyandang dana / sponsor supplier maupun *event organizer* lain. Menurut Hafidz dalam bukunya “*CEO: Chief Event Organized*” (Hafidz, 2017: 29), tahap produksi terdiri dari hal-hal:

- Mengawal detail *rundown*
- Menjalankan fungsi-fungsi *team*
- Koordinasi keseluruhan pertunjukan dengan *Show Director*
- Koordinasi sisi-sisi *artistic* dengan *Art Director*
- Detail mencermati setiap detik berjalannya acara
- *Show Up*: menjaga kontinuitas dari acara mulai digelar hingga selesai

## 6. Pasca Produksi

Tahap Pasca Produksi adalah tahapan dimana *event organizer* mempertanggungjawabkan pekerjaannya secara tertulis.

Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab EO dilaporkan kepada pemberi kerja disertai evaluasi dan dilengkapi dokumentasi. Pada tahap pasca produksi, hal-hal yang dilakukan adalah:

a. *Clearing Area*

Setelah acara selesai dilaksanakan *event organizer* harus mengembalikan tempat seperti keadaan semula, membongkar panggung, membenahi segala peralatan, memastikan semua audience telah keluar dengan selamat dari arena dan membersihkan arena *event*.

b. *Event Report*

Hasil rapat evaluasi dapat dijadikan laporan yang ditujukan kepada sponsor atau pihak penyelenggara sebagai bentuk pertanggungjawaban secara tertulis, isi pertanggungjawaban disertai bukti dokumentasi yang diinginkan oleh pihak sponsor, misalnya foto kegiatan, materi promo, brosur, undangan dan lain-lain.

c. Evaluasi

Setelah acara dilangsungkan dilakukan rapat evaluasi secara internal yang sekaligus merupakan pembubaran panitia event tersebut. Evaluasi ditujukan untuk mendapatkan *feedback* dari seluruh tim tentang kelebihan dan kekurangan event yang digelar untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan event mendatang, memeriksa kembali event yang telah dilaksanakan sesuai dengan desain acara, baik dalam tema, pengeluaran maupun pendapatan.

## **BAB III**

### **PROFIL PERUSAHAAN**

#### **A. SEJARAH CV. MARVEL INDONESIA**

CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang *Event Organizer* (EO). Dalam industri jasa *event organizing* ini Marvelindo memproyeksikan korporasinya sebagai EO yang bukan hanya mampu memenuhi *standart* jasa menjalankan *event*, namun juga memberikan nilai tambah lain dalam setiap *event* yang dikerjakan.

Marvelindo berdiri pada tanggal 23 Februari 2013, dan saat ini memiliki banyak sumber daya atau *crew professional* yang memang pernah bekerja di *event organizer* sebelumnya dan sekarang siap untuk melaksanakan tugasnya di Marvelindo. Marvelindo memiliki *track record* yang panjang sebagai penyelenggara berbagai macam kegiatan, baik regional, nasional hingga skala internasional. *Crew professional* yang ada di Marvelindo didukung oleh kaum muda yang berpendidikan dan memiliki keterampilan tersendiri dalam menjalankan *project event*.

Marvelindo yang memiliki tim kerja anak-anak muda profesional, selalu berusaha menawarkan konsep kreatif *event* yang *original*. Dalam 6 tahun terakhir ini Marvelindo telah merencanakan dan mengelola *event* lebih dari 110 event di Yogyakarta maupun luar kota Yogyakarta seperti di Jakarta dan Surabaya. Marvelindo dalam pelaksanaan *event* juga menjalin kerja sama dengan industri terkait seperti; percetakan, rumah makan atau restoran, penginapan dan hotel, *travel agency*, *creative decoration*, media massa, grup musik, dan lain-lain untuk mensukseskan setiap *event* yang dilaksanakan oleh Marvelindo.

Ruang lingkup Marvelindo sebagai penyedia jasa *event* dan industri kreatif mencakup seluruh aspek mulai dari konsep, perencanaan dan pengelolaan kegiatan seperti *MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)*. Selain melaksanakan kegiatan *MICE*, Marvelindo juga melakukan perencanaan dan pengelolaan kegiatan seperti *music concert, fashion show, off air program* dan berbagai macam jenis promosi produk. Selain mengadakan *event* besar, Marvelindo juga melayani kliennya dalam melaksanakan *event* yang *intern* untuk kegiatan suatu perusahaan seperti; *outbound and camping, gathering, adventure trip* dan *education trip*.

Marvelindo memiliki Motto, “*There’s marvelous things between you and me*” yang diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia menjadi “Ada hal-hal luar biasa antara kamu dan aku” ini, dimaksudkan Marvelindo akan membuat kliennya merasa puas dengan kinerja Marvelindo yang menyuguhkan konsep dan *crew* yang handal, dan tentunya akan terjadi hal luar biasa disaat Marvelindo dengan kliennya bekerjasama dalam mensukseskan suatu gelaran *event*.

### **Visi dan Misi**

Dalam menjalankan usahanya, setiap perusahaan pasti memiliki keinginan dalam memasarkan dan mengembangkan perusahaannya. Oleh karena itu CV. Marvel Indonesia memiliki keinginan yang dirumuskan pada Visi dan Misi perusahaan, sebagai berikut:

#### **Visi**

) Marvelindo siap untuk menjadi *Event Organizer* yang mampu *stand-out* dalam kompetisi industri jasa *event organizing modern* sebagai sikap atas dinamika ekonomi, sosial dan budaya.

Misi

- ) Marvelindo digawangi oleh pemilik dan tim kerja yang berisi anak-anak muda *professional* yang selalu berusaha menawarkan konsep kreatif *event* diatas standar *Event Organizer* kompetitor.
- ) Marvelindo sebagai korporasi kreatif lahir, tumbuh dan berkembang di ekosistem industri kreatif Yogyakarta, membuatnya mempunyai posisi kuat untuk mengakses, mengapropriasi, dan melibatkan *talent* kreatif Yogyakarta sebagai *value* dalam setiap *event* yang diselenggarakannya.

## B. LOGO CV. MARVEL INDONESIA



Gambar 1. Logo CV. Marvel Indonesia  
Sumber: CV. Marvel Indonesia

*Verbal for Visual*

*Logogram* adalah olahan visual dari dua sorotan cahaya saat lampu spot yang hampir selalu ada dalam setiap *event*. Dengan warna khas lampu pertunjukan (merah dan biru). Sumber cahaya berasal dari dua titik yang berbeda, kiri atas adalah sumber cahaya warna biru, kanan atas adalah sumber cahaya warna merah, keduanya menyorot menyilang ke bawah membentuk kurva simetris menyerupai huruf “M” sebagai inisial *brand* “Marvelindo”.

Dua cahaya adalah simbolisasi dari kerja kolaborasi antara Marvelindo dengan klien. Bertemunya dua sorotan cahaya ditengah membentuk bidang segi empat berwarna terang, menggambarkan kolaborasi yang interaktif untuk menghasilkan *event* yang berkualitas dan memenuhi harapan dua kolaborator dan bisa memberikan warna baru bagi publik, *set the new event's standard*. *Logotype* menggunakan tipografi jenis *sanserif*, *bold* dan *modern*, yang menggunakan jenis *font* bernama *Primetime*. Secara keseluruhan, visualisasi identitas Marvelindo dibuat simpel dan *modern* untuk memberikan perwajahan korporasi yang profesional dan terpercaya, dengan warna yang vibrant untuk tidak menghilangkan kesan kreatif dan *playfull*-nya.

### C. STRUKTUR ORGANISASI CV. MARVEL INDONESIA

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara bagian di dalam suatu perusahaan yang saling terkait antara satu dengan yang lainnya. CV. Marvel Indonesia memiliki Struktur Organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi CV. Marvel Indonesia



#### **D. LAYANAN CV. MARVEL INDONESIA**

CV. Marvel Indonesia menawarkan layanan penyelenggaraan *event* seperti:

1. MICE

*Meeting, Incentives, Conference and Exhibition*

2. *Crowd Event*

*Concert, Fashion Show, Off Air Programs, Launching Product, Brand Awareness*

3. *Travel & Ecotourism*

*Outbound and Camping, Gathering, Adventure Trip, Education Trip*

#### **E. KLIEN CV. MARVEL INDONESIA**

Beberapa klien CV. Marvel Indonesia yang telah dan masih bekerjasama dalam penyelenggaraan *event* antara lain:

- ) Archimedes Academy
- ) KICK Yogyakarta
- ) Metro Department Store
- ) PT. Astra Honda Motor
- ) Pertamina EP
- ) Unilever
- ) Packet System IT Solution
- ) Gameloft Indonesia

#### ***Track Record* Aktifitas CV. Marvel Indonesia**

CV. Marvel Indonesia memiliki *track record* yang panjang sebagai penyelenggara berbagai macam kegiatan, baik regional, nasional hingga internasional secara *professional*. *Track record* aktifitas CV. Marvel Indonesia yang telah dicapai, antara lain:

Tabel 2. *Track Record* Aktifitas CV. Marvel Indonesia

<b>No.</b>	<b>Proyek</b>	<b>Tahun</b>
1	Mizone Fun   <i>Roadshow</i> di kampus Yogya, Solo, dan Semarang.	2013
2	Street Soccer “JOSSDIATOR”   Acara tahunan Extrajoss kompetisi <i>street soccer</i> di 7 kota besar, pemenang diberangkatkan ke Roma, Italy	2013
3	<i>Appreciate Night</i> Metro Dept.Store   Opening Metro Dept. Store di Mall The Park Solo yang dihadiri jajaran komisaris	2013
4	Pertamina EP <i>Employee Gathering</i>	2014
5	The Parade 5   The Biggest Annual Clothing Expo	2014
6	Packet System 10th Anniversary Goes to Jogja	2014
7	<i>Launching</i> Archimedes Academy	2014
8	Honda Development Basketball League – Kompetisi bola basket tahunan antar pelajar se-Indonesia dan Eropa yang diadakan di beberapa kota besar Indonesia	2015
9	Gameloft Indonesia: <i>Staff Trip</i>	2016
10	Centro: <i>Re-Launching</i> di Plaza Ambarukmo	2017
11	Dagadu: <i>Launching new</i> Dagadu logo	2017
12	Honda Modification Contest   Event modifikasi motor nasional yang diselenggarakan Oleh Astra Honda Motor	2018

Sumber: CV. Marvel Indonesia

## **F. COMPANY PROFILE**

### **PROFILE**

*Company Name* : MARVEL INDONESIA  
*Brand Name* : MARVELINDO  
*Legal* : CV. MARVEL INDONESIA  
*Address* : Jalan Taman 2A, Patehan, Kraton,  
Yogyakarta  
*Telp* : (0274) 417265 / +6281225904604  
*E-mail* : [office@marvelindo.id](mailto:office@marvelindo.id)  
*NPWP* : 31.799.965.4-541.000  
*Tagline* : *There's marvelous things between you and  
me*  
*Unit Division* : *Organizer, Wedding & Production*

## BAB IV

### KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN DAN PEMBAHASAN

#### A. KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di perusahaan jasa *Event Organizer* di Yogyakarta yaitu CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) selama dua bulan, dimulai dari tanggal 1 Februari 2018 sampai dengan tanggal 1 April 2018. Kegiatan dilakukan selama enam hari kerja dalam satu minggu, yaitu hari Senin sampai dengan hari Jumat dan dengan jam kerja di mulai pada 09.00 hingga pukul 17.00 WIB, namun tidak jarang penulis juga melakukan kegiatan hingga malam hari menyesuaikan perintah dari Marvelindo selama proses pelaksanaan *event*. Aktivitas yang dilakukan penulis selama PKL adalah menjadi bagian tim *Field Officer* dengan *job desk* sebagai *Hospitality* dan *Liaison Officer* di Marvelindo.

Adapun kegiatan yang dilaksanakan penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan di CV. Marvel Indonesia, akan penulis uraikan dalam bentuk tabel *daily report* berikut:

Tabel 2. *Daily report* PKL penulis di CV. Marvel Indonesia

<b>Tanggal</b>	<b>Kegiatan</b>
1 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Perkenalan dengan seluruh <i>crew</i> CV. Marvel Indonesia</li><li>▪ <i>Room tour</i> di kantor CV. Marvel Indonesia</li><li>▪ <i>Meeting</i> dengan klien dan sponsor di kantor PT. Putera Mataram Mitra Sejahtera (Plaza Ambarrukmo)</li></ul>
2 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Perkenalan dengan <i>partner</i> CV. Marvel Indonesia di kantor Chalkboard Indonesia</li><li>▪ <i>Meeting</i> membahas <i>event</i> “Wonderfield” di kantor Chalkboard Indonesia</li></ul>

3 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persiapan <i>event</i> “Wonderfield” yang dilaksanakan di Plaza Ambarrukmo, 9-11 Maret 2018</li> <li>▪ Membantu <i>crew Liaison Officer</i> menghubungi <i>artist</i> dan <i>talent</i></li> </ul>
5 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melakukan negosiasi dengan <i>manager artist</i> dan <i>talent</i> mengenai <i>rider artist</i></li> <li>▪ Melakukan kontak dengan beberapa sekolah, taman kanak-kanak (TK) dan <i>playgroup</i> mengenai adanya <i>event</i> “Wonderfield”</li> </ul>
6 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mempersiapkan MoU dengan <i>artist</i>, <i>talent</i> dan <i>performer</i></li> <li>▪ Melakukan pembayaran <i>down payment</i> (DP) dengan <i>artist</i> dan <i>guest star</i></li> <li>▪ Menanyakan mengenai <i>rider artist</i> untuk <i>guest star</i></li> </ul>
7 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Melakukan <i>survey</i> lokasi di Plaza Ambarrukmo persiapan <i>event</i> “Wonderfield” dengan beberapa <i>crew</i></li> </ul>
8 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Survey</i> restoran di sekitar Plaza Ambarrukmo untuk menyediakan nasi box untuk <i>crew</i></li> <li>▪ Membeli kebutuhan alat kantor di Toko Merah</li> </ul>
9 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membuat <i>activity form</i> untuk peserta <i>event</i> “Wonderfield” yaitu; <i>form artist</i>, <i>form</i> sekolah, <i>form</i> komunitas, <i>form</i> lomba dan lain sebagainya</li> </ul>
10 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Menanyakan kembali kepada <i>manager artist</i> mengenai pembayaran <i>artist</i> dan <i>deadline</i> pembayaran</li> <li>▪ Menanyakan <i>rider artist</i> mengenai jumlah rombongan <i>artist</i>, pesawat, <i>ticket</i>, jenis kamar hotel, mobil, <i>security</i> dan lain sebagainya</li> </ul>
12 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Check &amp; re-check rider artist</i> melalui <i>e-mail</i></li> <li>▪ Membantu <i>crew Creative</i> mempersiapkan <i>property</i> “Wonderfield” di Plaza Ambarrukmo</li> </ul>
13 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Check &amp; re-check rider artist</i></li> <li>▪ Membantu <i>crew Hospitality</i> dan <i>Liaison Officer</i> melakukan pembelian kebutuhan <i>artist</i> di Carrefour dan Indogrosir</li> </ul>
14 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membuat <i>rundown event</i> “Wonderfield” di Plaza Ambarrukmo</li> <li>▪ Membuat <i>breakdown guest star</i> yang tampil pada “Wonderfield”</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membuat <i>breakdown time schedule artist</i></li> </ul>
15 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membantu tim <i>Creative</i> dan <i>Graphic Designer</i> mendesain panggung, <i>backdrop layer</i>, <i>gate</i>, <i>booth</i>, desain promosi media sosial, <i>layout stand</i> dan lain sebagainya</li> </ul>
17 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membantu tim <i>Creative</i> dan <i>Graphic Designer</i> mendesain dan <i>fitting</i> dengan media promosi <i>billboard</i> yang berada di Jalan Raya Solo-Jogja dan Perempatan <i>Ring Road</i> Gejayan</li> <li>▪ Membantu mempersiapkan poster, baliho, <i>leaflet</i> dan <i>banner event</i> “Wonderfield”</li> </ul>
19 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Membantu menyebarkan <i>flyer</i> dan poster di beberapa sekolah, TK dan <i>playgroup</i></li> <li>▪ Membantu menyebarkan <i>tenant proposal</i> ke pelaku usaha bisnis makanan untuk membuka standnya di <i>event</i> “Wonderfield”</li> </ul>
20 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Check &amp; re-check update</i> persiapan lomba <i>Smart Baby</i>, menyanyi dan mewarnai di <i>event</i> “Wonderfield”</li> <li>▪ <i>Check &amp; re-check update</i> persiapan <i>Workshop</i>; batik <i>painting</i>, <i>clay art</i>, <i>pouch drawing</i>, <i>fun yoga</i>, <i>robotic</i> dan <i>healty bento</i></li> </ul>
21 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mendata <i>update</i> peserta <i>event</i> “Wonderfield”</li> <li>▪ Mendata <i>update tenant event</i> “Wonderfield”</li> <li>▪ <i>Update</i> pembelian tiket pesawat untuk <i>artist</i> yang dikirim <i>e-mail</i> melalui <i>manager artist</i></li> </ul>
22 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Meeting</i> dengan klien dan sponsor di kantor PT. Putera Mataram Mitra Sejahtera (Plaza Ambarukmo) membahas <i>update progress event</i> “Wonderfield”</li> </ul>
23 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Check &amp; re-check update School Performance</i> dan pengisi acara lainnya</li> </ul>
24 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Meeting PIC CV. Marvel Indonesia</i> dengan <i>crew</i> “Wonderfield” yang telah di hire dari mahasiswa dan beberapa siswa PKL dari SMK di Café Silol Coffee</li> </ul>
26 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Meeting</i> mengenai <i>press conference</i> dengan seluruh <i>crew</i> “Wonderfield” di kantor CV. Marvel Indonesia</li> <li>▪ Mengirim undangan peliputan media dengan para wartawan</li> </ul>

27 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Meeting</i> dengan seluruh <i>crew</i> “<i>Wonderfield</i>” di kantor CV. Marvel Indonesia</li> <li>▪ Membantu <i>crew</i> mempersiapkan materi <i>press conference</i></li> <li>▪ <i>Final check</i> kesiapan <i>press conference</i></li> </ul>
28 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Press Conference event</i> “<i>Wonderfield</i>” di House of Balcony, Plaza Ambarukmo</li> </ul>
1 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pelunasan pembayaran untuk para <i>guest star</i></li> <li>▪ Pelunasan pembayaran untuk konsumsi berupa nasi <i>box</i> dan <i>snack</i></li> <li>▪ <i>Re-check update rider artist</i> via <i>e-mail</i></li> <li>▪ Mengirim bukti pelunasan ke <i>manager artist</i> via <i>e-mail</i></li> </ul>
2 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mengirim <i>press release</i> pelaksanaan <i>event</i> “<i>Wonderfield</i>” untuk dimuat di berita</li> <li>▪ Membantu tim produksi mempersiapkan kebutuhan <i>event</i> “<i>Wonderfield</i>”</li> </ul>
3 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Loading-in</i> khusus ruang sekretariat <i>crew</i> “<i>Wonderfield</i>” di Lantai 2 Plaza Ambarukmo</li> <li>▪ Mempersiapkan seluruh kebutuhan <i>event</i> “<i>Wonderfield</i>”</li> </ul>
4 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mencetak piagam hadiah, sertifikat, <i>invitation</i> untuk <i>event</i> “<i>Wonderfield</i>”</li> <li>▪ Membantu persiapan tim <i>Field Officer</i> dalam penataan <i>layout</i> pameran; <i>stand</i>, mainan anak, <i>mascot</i> dan lain sebagainya</li> </ul>
5 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Loading-in</i> bersama <i>crew</i> di Plaza Ambarukmo</li> <li>▪ Melakukan pengecekan di <i>venue event</i> “<i>Wonderfield</i>”</li> </ul>
6 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mendata para peserta lomba yang sudah melengkapi registrasi</li> <li>▪ Mempersiapkan kaos <i>crew event</i> “<i>Wonderfield</i>”</li> <li>▪ Mempersiapkan <i>co-card crew event</i> “<i>Wonderfield</i>”</li> <li>▪ <i>Meeting</i> singkat <i>all crew</i> mengenai <i>update job desk</i> tiap divisi</li> </ul>
7 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persiapan untuk <i>rider artist</i> yang hari berikutnya tiba di Yogyakarta</li> <li>▪ Koordinasi dengan <i>crew Liaison Officer</i> mengenai <i>traffic LO</i> seperti; jemput-antar <i>artist</i>, <i>security</i>, makan, <i>ticket</i> dan hotel</li> </ul>

8 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Final check</i> kesiapan <i>event</i> “Wonderfield” di Plaza Ambarrukmo</li> <li>▪ <i>Loading-in logistic event</i> “Wonderfield”</li> </ul>
9 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Event Running Day-1</i></li> <li>▪ Persiapan <i>opening event</i> “Wonderfield” menampilkan <i>Mascot</i> di Atrium Plaza Ambarrukmo</li> <li>▪ Persiapan <i>opening simbolik</i> dengan pemukulan <i>symbol</i></li> <li>▪ Persiapan <i>talkshow guest star</i> Ghaida &amp; Analisa</li> <li>▪ Persiapan <i>Demo Make-up</i> oleh Linda Kayhz</li> <li>▪ <i>Closing event</i> “Wonderfield” <i>Day-1</i></li> </ul>
10 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Event Running Day-2</i></li> <li>▪ Persiapan <i>opening event</i> “Wonderfield” <i>Day-2</i> oleh <i>MC</i></li> <li>▪ Persiapan <i>talkshow guest star</i> oleh Baby Moonela</li> <li>▪ Persiapan <i>talkshow guest star</i> oleh Ringgo Family</li> <li>▪ Persiapan <i>closing</i> hari kedua</li> </ul>
11 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Event Running Day-3</i></li> <li>▪ Persiapan <i>opening by MC</i> dan dilanjutkan kegiatan <i>Fun Yoga</i></li> <li>▪ Persiapan lomba mewarnai</li> <li>▪ <i>Awarding</i> lomba mewarnai</li> <li>▪ <i>Awarding Wonderfield Star</i></li> <li>▪ Persiapan <i>guest star</i> oleh Zara Leola dan Enda Ungu</li> <li>▪ Persiapan pembagian balon dan permen</li> <li>▪ Persiapan <i>MC chit chat</i> dan <i>closing event</i> “Wonderfield” <i>Day-3</i></li> </ul>
12 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Clearing area event</i> “Wonderfield”</li> <li>▪ <i>Loading-out event</i> “Wonderfield” di Plaza Ambarrukmo</li> </ul>
13 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Off duty</i> untuk seluruh <i>crew event</i> “Wonderfield”</li> </ul>
14 – 16 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Merangkum <i>event report</i> di CV. Marvel Indonesia untuk nantinya diberikan kepada klien (Plaza Ambarrukmo)</li> </ul>
17 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluasi semua <i>crew</i> CV. Marvel Indonesia dan <i>volunteer</i> yang tergabung dalam pelaksanaan <i>event</i> “Wonderfield” di Café Silol Coffee</li> </ul>
18 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pihak Plaza Ambarrukmo mengajak seluruh <i>crew</i> CV. Marvel Indonesia mengadakan <i>after party</i></li> </ul>

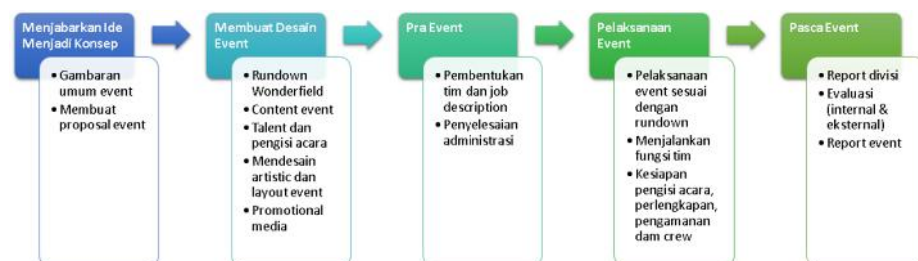


	merayakan kesuksesan <i>event</i> “ <i>Wonderfield</i> ” di Arcadaz Sky Lounge, Hotel Grand Ambarrukmo
19 Maret – 1 April 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mempelajari hasil evaluasi per divisi dan <i>job desk</i> selama <i>event</i> “<i>Wonderfield</i>”, yang nantinya dapat dikembangkan menjadi acuan pada <i>event</i> selanjutnya.</li> </ul>

## B. PEMBAHASAN

Selama menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) di CV. Marvel Indonesia (Marvelindo), penulis berkesempatan menjadi bagian tim produksi *event* yang sedang ditangani oleh Marvelindo, *event* tersebut adalah “*Wonderfield*” yang mengusung tema *Mom & Kids Playground Festival*. Selama proses penyelenggaraan *event* tersebut, penulis menjadi bagian tim *Field Officer* dengan *job desk* sebagai *Hospitality* dan *Liaison Officer*, namun penulis juga tidak jarang membantu divisi lain menangani *graphic design* dan *content media promotion*.

Pembahasan lengkap menangani proses pelaksanaan *event* “*Wonderfield*” ini penulis jabarkan dalam lima tahapan, dimulai dari *menjabarkan ide menjadi konsep*, kedua *membuat desain produksi*, ketiga *pra produksi*, keempat *produksi*, dan kelima yang terakhir *pasca produksi*. Kelima tahapan proses pelaksanaan *event* tersebut akan diuraikan pada bab selanjutnya.



Gambar 2. Bagan proses *event* *Wonderfield*

## 1. Menjabarkan Ide Menjadi Konsep

PT. Putera Mataram Mitra Sejahtera (Plaza Ambarrukmo) yang merupakan klien dari CV. Marvel Indonesia (Marvelindo), bekerjasama menggelar *event* yang bertema *Mom & Kids Playground Festival*. Tema tersebut dipilih dan diusulkan oleh pihak klien karena tema tersebut belum pernah diadakan pada gelaran *event* di Plaza Ambarrukmo, pihak klien menilai *event* dengan tema *mom & kids* ini juga menjadi *event* pertama dan terbesar yang pernah diadakan di *mall* khususnya di Yogyakarta.

Pihak *event organizer* Marvelindo yang memahami maksud dan *brief* pihak klien yang memilih tema *mom & kids* tersebut, mengusulkan judul *event* yaitu “**Wonderfield**”. Judul “*Wonderfield*” merupakan kata yang memiliki karakter, yang pada dasarnya terdiri dari dua kata berbahasa inggris *wonderful* yang berarti hebat dan *field* yang diartikan halaman luas. Jadi, judul *event* “*Wonderfield*” ini dapat diartikan sebagai halaman luas nan luar biasa hebat yang dijadikan arena bermain bagi anak layaknya di negeri dongeng. *Event* “*Wonderfield*” dilaksanakan pada hari Jumat hingga Minggu 9-11 Maret 2018, yang *event* ini diselenggarakan sebagai acara pembuka rangkaian Hari Ulang Tahun (Hault) ke-12th Plaza Ambarrukmo.

*Event* “*Wonderfield*” diselenggarakan di dua *venue* yakni Atrium utama dan Alun-alun Plaza Ambarrukmo. *Mom & Kids Playground Festival* merupakan acara yang diselenggarakan di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta yang bertujuan mengajak keluarga, khususnya ibu dan anak untuk menikmati *quality time* didukung dengan konten acara edukatif yang menarik dan penuh kreativitas. Adanya *event* “*Wonderfield*” diharapkan dapat membawa pengalaman yang menyenangkan di taman bermain bagi anak-anak, layaknya negeri dongeng.

Selain itu, acara ini juga memberikan beragam kegiatan edukasi melalui *talkshow*, *workshop*, dan *special performance* bagi anak-anak sekaligus dapat memberikan konten inspiratif terutama terkait *parenting* bagi para ibu.

**a. Venue dan Gambaran Umum Event Wonderfield**

) Venue Atrium Plaza Ambarrukmo

Atrium Plaza Ambarrukmo menjadi *venue* utama *event* “*Wonderfield*” dengan berbagai konten istimewa dan pengisi acara bertaraf nasional. Pada hari pertama, Ghaida Tsurayya yang mengisi *talkshow* seputar *parenting* serta ada pula Linda Kayhz yang berbagi pengalaman mengenai *beauty demonstration*. *Talkshow* tentang *parenting* dipandu langsung oleh Analisa Widyaningrum, psikolog inspiratif yang telah beberapa kali memandu acara serupa. Spesial di hari ketiga akan ada *special performance* dari Zara Leola yang berkolaborasi dengan sang ayah Enda (Ungu Band) memeriahkan panggung “*Wonderfield*”.

Selain berbagai artis kenamaan, pada *event* ini pengunjung juga dapat mengajak serta putra-putrinya untuk mengikuti ajang pencarian bakat bertajuk *Wonderfield Star*. Para peserta dapat menampilkan bakat mereka seperti menyanyi, mendongeng, membaca puisi dan lain sebagainya. Hal ini diharapkan dapat menjadi wadah kreatifitas anak, cara positif menyalurkan hobi dan kegemaran anak, serta meningkatkan keberanian dan percaya diri untuk tampil di depan umum. Pemenang terpilih mendapatkan apresiasi pada malam *final Wonderfield Star* berupa uang pembinaan total jutaan rupiah dan beragam hadiah menarik lainnya.

*Event “Wonderfield”* juga mengadakan *workshop* menarik yang bertujuan untuk mendukung keterampilan serta menciptakan pengalaman tak terlupakan antara ibu dan anak. *Workshop* tersebut diantaranya adalah *healthy bento*, membatik, menggambar *pouch* dan membuat *clay*, yang dapat memberikan edukasi sekaligus menunjang daya kreativitas dan seni, serta pengalaman menarik bagi para pengunjung, khususnya ibu dan anak. Selain *talkshow*, *workshop* dan *beauty demonstration*, terdapat aktivitas seru lain seperti *robotic show*, *fun yoga* ibu dan anak, dan *face painting*. Selain itu turut hadir *stand apparel* dan *non-apparel* yang memeriahkan *event “Wonderfield”* seperti Baby World, BabyZania dan Dagadu Bocah.

#### ) *Venue* Alun-alun Plaza Ambarrukmo

Selain dapat mengikuti *talkshow*, *workshop* serta berbagai pameran produk ibu dan anak di atrium utama, para pengunjung juga dapat mengunjungi area *Food Festival* yang berada di Alun-alun Plaza Ambarrukmo dengan konsep *outdoor*. Sebanyak 15 produk *food & beverage* diantaranya ada Kenes Cakery, Martabak Mini Rainbow, Makaroni Mewek, Crepe Signature, Hanji Cheesecake Moscella Thai Tea, dan *bevergaes* nikmat lainnya memeriahkan rangkaian *event “Wonderfield”* ini.

Para ibu dan putra-putrinya dapat menghabiskan momen istimewa bersama, mencicipi ragam menu nikmat, duduk bersantai di *seating area* yang telah disiapkan sembari menyaksikan ragam acara spesial diantaranya *disco kids*, *magician & balloon performance*, *kids performance*, *music performance* dan lain sebagainya.

## **b. Membuat Proposal *Event Wonderfield***

Membuat proposal merupakan proses awal saat akan menyelenggarakan *event*. Dengan proposal tim *event organizer* dapat merencanakan berbagai hal terkait *event* secara matang, baik dari konsep *event*, penentuan lokasi, isi acara dan lain sebagainya.

Selain sebagai permulaan proses pelaksanaan *event*, proposal juga menjadi acuan bagi banyak pihak yang memiliki kepentingan dalam kegiatan tersebut, terutama penyandang dana maupun sponsor, karena proposal memberi informasi lengkap terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Membuat proposal sebuah *event* adalah penawaran ide dan gagasan yang terkonsep atau gambaran rinci tentang sebuah kreativitas *event* yang akan diselenggarakan, secara tertulis. Begitu juga dengan proposal *event “Wonderfield”* yang diselenggarakan oleh CV. Marvel Indonesia (Marvelindo), disini penulis bersama tim Marvelindo merancang proposal *event “Wonderfield”* dengan menjual gagasan sekreatif mungkin dan tentunya menarik, baik secara tampilan maupun isi proposal. Isi proposal *event “Wonderfield”*, meliputi:

- *Cover dan judul event*
- *Tema event*
- *Sasaran event*
- *Waktu dan tempat pelaksanaan event*
- *Content event*
- *Layout event*
- *Paket sponsor / tenant*
- *Promotional media*
- *Contact person*



Gambar 3. Proposal event Wonderfield

Sumber: CV. Marvel Indonesia

2. Membuat Desain Event (Pengembangan konsep; *rundown*, *talent*, *artistic* dan *layout*)

a. *Rundown Wonderfield*

## RUNDOWN WONDERFIELD

Hari/ Tanggal : Jumat, 9 Maret 2018  
 Acara : Mom & Kid  
 Jam : 10:00 - 22:00  
 Tempat : Atrium Plaza Ambarukmo

NO.	TIME	DURASI	ATRUM	REMARKS
1	10:00 - 10:05	0:05	Opening MC, present Pingu	
2	10:05 - 11:05	1:00	Pingu	
3	11:05 - 11:25	0:20	MC chit chat & preparation, present Khalifah	
4	11:25 - 12:25	1:00	Khalifah	
5	12:25 - 13:00	0:35	Break	
6	13:00 - 13:05	0:05	Greeting MC, present Fastrack	
7	13:05 - 14:20	1:15	Fastrack	
8	14:20 - 14:50	0:30	MC chit chat & preparation, present opening ceremonial	
9	14:50 - 15:20	0:30	Opening ceremonial	
			Speech	
			Simbolik opening : Pemukulan simbol	
			Drum band Mutiara Persada (atrium - garden) & Maskot	
10	15:20 - 15:25	0:05	MC chit chat , present Mutiara Persada	
11	15:25 - 16:25	1:00	School performance - Mutiara Persada	Opera, singing, dancing, wotho, puisi - 64 anak exc teacher
12	16:25 - 16:40	0:15	MC chit chat, insert MC Artika, & preparation Present Ghaida & Analisa	
13	16:40 - 17:40	1:00	Talkshow : Ghaida & Analisa	
14	17:40 - 17:55	0:15	MC chit chat & preparation, present Keys Ballet	
15	17:55 - 19:10	1:15	Keys Ballet	100 anak, 3 - 8 tahun
17	19:10 - 19:25	0:15	Maskot time	Balloon Kalinci (200), permen (100)
18	19:25 - 19:30	0:05	MC chit chat	
19	19:30 - 20:30	1:00	Demo Make Up : Linda Kayhz	
20	20:30 - 20:40	0:10	MC chit chat & preparation, present ....	
21	20:40 - 21:40	1:00	Akustik Band	By Angfas
22	21:40 - 21:45	0:05	Closing MC	

**Workshop**  
**Face painting & tatto activity**  
**15:00 - 17:00**

Gambar 4. *Rundown Wonderfield* hari pertama

### ) Rundown Hari Jumat, 9 Maret 2018

- *Opening ceremonial*
- *School performance - Mutiara Persada*
- *Talkshow: Ghaida dan Analisa*
- *Keys Ballet*
- *Demo make-up: Linda Kayhz*
- *Akustik Band*

## RUNDOWN WONDERFIELD

Hari/ Tanggal : Sabtu, 10 Maret 2018  
 Acara : Mom & Kid  
 Jam : 10.00 - 22.00  
 Tempat : Atrium Plaza Ambarukumo

NO.	WAKTU	DURASI	AKTIVITAS	REMARKS
1	10:00 - 10:05	0:05	Opening MC, present BuellMulia	
2	10:05 - 11:05	1:00	Buell Mulia	
3	11:05 - 11:25	0:20	MC chit chat & preparation, present Olfant	
4	11:25 - 12:25	1:00	Olfant	
5	12:25 - 12:40	0:15	Maskot time	Balen Kelinci (100)
7	12:40 - 12:50	0:10	MC chit chat & preparation, present Archimedes	
8	12:50 - 15:20	0:30	School performance - archimedes	genak dan lucu
9	13:20 - 13:35	0:15	MC chit chat, insert MC Artika & preparation, present Moonela & Analisa	
10	13:35 - 14:35	1:00	Talkshow : Baby Moonela	
11	14:35 - 14:55	0:20	MC chit chat & preparation, present Al Azhar	
12	14:55 - 15:55	1:00	School performance - Al Azhar	menari A & B, modeling - 116 orang
13	15:55 - 16:10	0:15	Maskot time	Bando kelinci (200)
14	16:10 - 16:30	0:20	MC chit chat & preparation, present Kalam Kudus	
15	16:30 - 17:30	1:00	School performance - Kalam Kudus	lummystick, menari, action fong, paduan suara, violin
16	17:30 - 17:50	0:20	MC chit chat & preparation, present Purwacaraka	
17	17:50 - 19:20	1:30	Purwacaraka	
18	19:20 - 19:35	0:15	MC chit chat, insert MC Artika & preparation, present Ringgo Family & Analisa	
19	19:35 - 20:35	1:00	Talkshow : Ringgo Family	
20	20:35 - 20:50	0:15	MC chit chat & preparation, present ....	
21	20:50 - 22:00	1:10		TRC, opsi sekotah musik / akrobatik / jiwank
22	22:00 - 22:05	0:05	Closing MC	

### Workshop

#### Clay

13:00 - 14:00

#### Drawing pouch

14:00 - 15:00

#### Face painting & tatto activity

15:00 - 17:00

Gambar 5. Rundown Wonderfield hari kedua

### ) Rundown Hari Sabtu, 10 Maret 2018

- School performance – Archimedes Academy
- Talkshow: Baby Moonela
- School performance – Al Azhar
- School performance – Kalam Kudus
- Purwacaraka
- Talkshow: Ringgo Family



## RUNDOWN WONDERFIELD

Hari/ Tanggal : Minggu, 11 Maret 2018  
 Acara : Mom & Kid  
 Jam : 10.00 - 21.35  
 Tempat : Atrium Plaza Ambarukmo

NO.	WAKTU	DURASI	AKTIVITAS	REMARKS
1	10:00 - 10:05	0:05	Opening MC	
2	10:05 - 11:05	1:00	Fun Yoga Mom & Baby	
3	11:05 - 11:10	0:05	MC chat	
4	11:10 - 13:10	2:00	Lomba Mewarnai	
5	13:10 - 13:25	0:15	Mascot time	Bando kelinci (100) + Permen (100)
6	13:25 - 13:30	0:05	MC chat	
7	13:30 - 13:40	0:10	Awarding lomba mewarnai	
8	13:40 - 14:40	1:00	Dagadu Bocah	
9	14:40 - 14:45	0:05	MC chat	
10	14:45 - 15:00	0:15	Wonderfield Star Audition 1	
11	15:00 - 15:15	0:15	Wonderfield Star Audition 2	
12	15:15 - 15:30	0:15	Wonderfield Star Audition 3	
13	15:30 - 15:45	0:15	Wonderfield Star Audition 4	
14	15:45 - 16:00	0:15	Wonderfield Star Audition 5	
15	16:00 - 16:05	0:05	MC chat	
16	16:05 - 18:05	2:00	Robotic	
17	18:05 - 18:15	0:10	Awarding wonderfield star	
18	18:15 - 18:20	0:05	MC chat	
19	18:20 - 19:20	1:00	Guest star - Zara Leola & Enda	
20	19:20 - 19:35	0:15	Mascot time	Balon Kelinci (100) + permen (100)
21	19:35 - 19:40	0:05	MC chat	
22	19:50 - 21:20	1:30	Quinta	
23	21:30 - 21:25	0:05	Closing	

### Workshop

Face painting & tatto activity

16:00 - 18:00

Uma bento

18:00 - 19:00

Gambar 6. Rundown Wonderfield hari ketiga

### ) Rundown Hari Minggu, 11 Maret 2018

- Fun Yoga Mom & Baby
- Lomba mewarnai
- Awarding
- Robotic
- Guest star – Zara Leola dan Enda
- Mascot Time dan Quinta

## **b. Content Event Wonderfield**

### **) Talkshow**

*Talkshow* pada event “*Wonderfield*” menghadirkan narasumber terkemuka dari kalangan *influencer* hingga artis untuk berbagi pengalaman mereka sebagai orang tua dan dunia *parenting*, selain itu juga turut diundang psikolog sebagai narasumber untuk memberikan beberapa cara yang baik tentang menjadi orang tua. Berikut narasumber dan tema *talkshow*:

- Ringgo Agus Rahman, Sabai Dieter dan Bjorka (*Artist*)  
Tema: *Millenial Parenting: The Importance of First Five Year Kids*
- Moonela dan Ibu (*Influencer*)  
Tema: *Motherhood in Digital Era*
- Ghaida Tsurayya (*Influencer*)  
Tema: *Be a Productive Mom, Be a Supermom*
- Linda Kayhz (*Influencer*)  
Tema: *Natural Look, Beauty Look*
- Analisa Widyaningrum (Psikolog)  
Tema: *Parenting World*

### **) Workshop**

- Batik *Painting*, Jumat 9 Maret 2018 untuk SD kelas 1-6  
Tema: *Creative Fun Batik*
- *Clay Art*, Sabtu 10 Maret 2018 untuk TK-SD kelas 1-6  
Tema: *Let's Play Clay, Kiddos!*
- *Pouch Drawing*, Sabtu 10 Maret 2018 untuk TK-SD kelas 1-2  
Tema: *Play Color with Bunny*
- *Fun Yoga*, Minggu 11 Maret 2018 untuk Ibu dan Anak  
Tema: *Happy Healty Yoga*
- *Robotic*, Minggu 11 Maret 2018 untuk Ayah dan Anak  
Tema: *Daddy & Kids In Action!*

- *Healty Bento*, Minggu 11 Maret 2018 untuk TK-SD kelas 1-6

Tema: *Cute Healty Bento*

## J) **Lomba**

- Menyanyi, dilaksanakan pada Sabtu 10 Maret 2018 untuk Pra TK dan TK
- Mewarnai, dilaksanakan pada Minggu 11 Maret 2018 untuk Pra TK dan TK
- *Smart Baby*: Makan Pisang, Susun Donat, Pindah Bendera, *Photogenic*, yang dilaksanakan pada Minggu 11 Maret 2018 untuk bayi dibawah tiga tahun

### **Syarat dan ketentuan lomba**

- Biaya pendaftaran Rp.30.000,-, mendapatkan fasilitas *snack*, sertifikat dan piala motivasi
- Mempunyai PASC (*Plaza Ambarrukmo Shopping Card*) dan *download App Plaza Ambarrukmo*
- Hadiah:
  - Juara 1, piala, sertifikat, uang pembinaan Rp.1.000.000,-
  - Juara 2, piala, sertifikat, uang pembinaan Rp.750.000,-
  - Juara 3, piala, sertifikat, uang pembinaan Rp.500.000,-

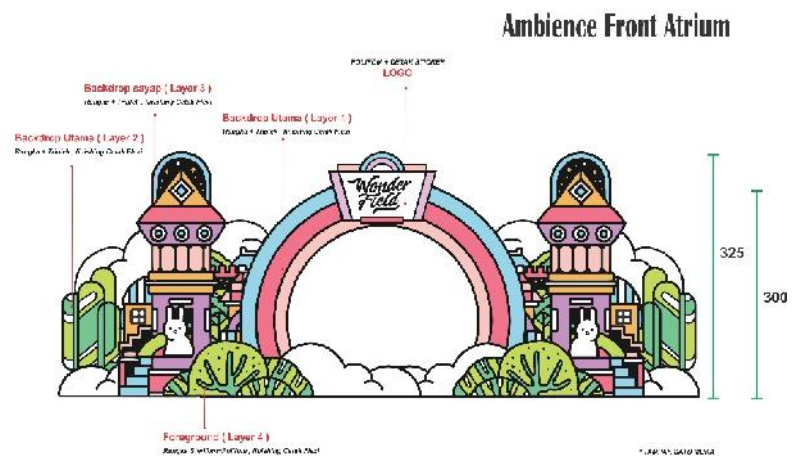
### **c. Talent dan Pengisi Acara Wonderfield**

- *Pingu Band*
- *Mutiara Persada Drum Band*
- *Keys Ballet*
- *Archimedes Academy*
- *Purwacaraka*
- *Dagadu Bocah*
- *Quinta Band*

#### d. *Artistic dan Layout Event Wonderfield*

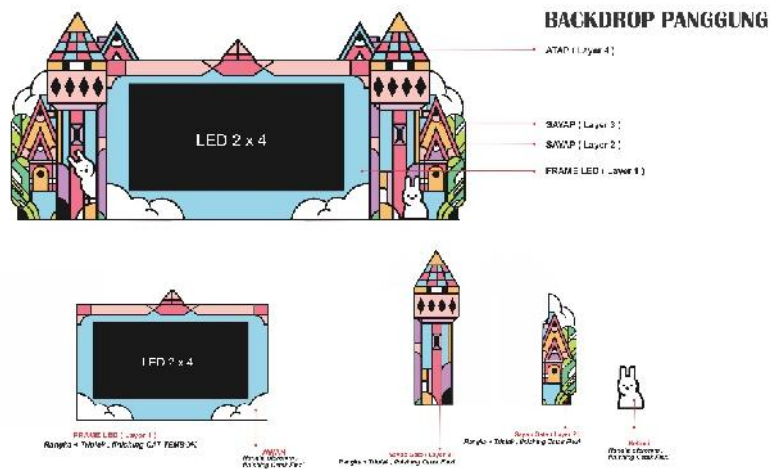
Penulis bersama *designer* merancang dan menyiapkan desain *artistic gates* dan *backdrop* panggung, selanjutnya berkoordinasi dengan tim kreatif, tim produksi dan tim *loading* untuk melakukan *setting* di *venue* sebelum pelaksanaan *event*. Selain itu penulis juga menyiapkan *desain layout* yang merupakan tata letak dan denah *event* yang tentunya penting untuk peserta dan *stakeholder* yang berpartisipasi dalam *event* “*Wonderfield*” yang diselenggarakan pada tanggal 9–11 Maret 2018 di Plaza Ambarukmo.

#### *Artistic desain gates event Wonderfield*



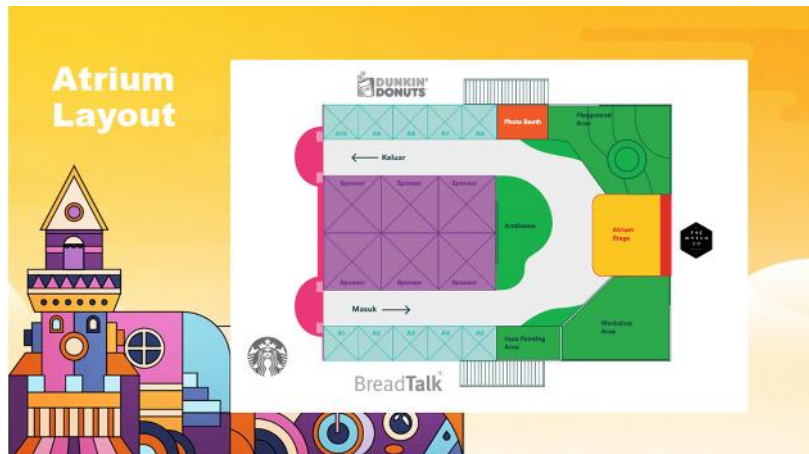
Gambar 7. *Gates design event Wonderfield*

**Artistic desain backdrop panggung event Wonderfield**



Gambar 8. Backdrop design panggung event Wonderfield

**Layout event Wonderfield venue atrium**

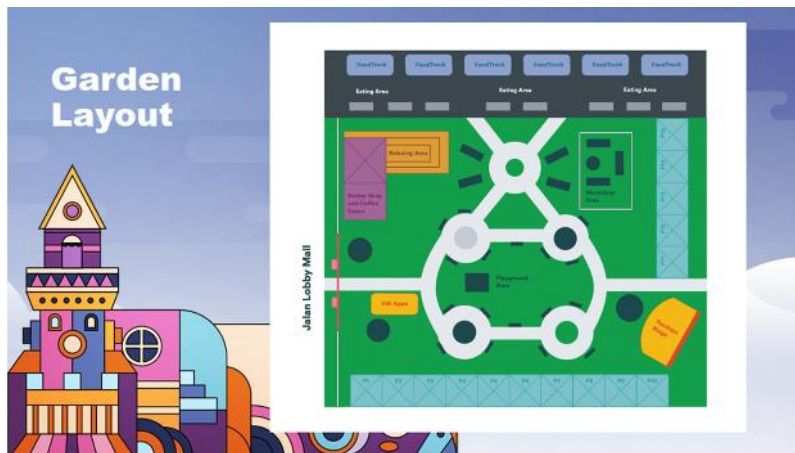


Gambar 9. Atrium layout event Wonderfield



Gambar 10. Atrium layout event Wonderfield

**Layout event Wonderfield venue garden**



Gambar 11. Garden layout event Wonderfield



Gambar 12. Garden layout event Wonderfield

### *Layout booth event Wonderfield*



Gambar 13. *Layout booth event Wonderfield*

Untuk peserta yang akan sewa *stand* pada event “*Wonderfield*” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo, diharuskan mengikuti syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh panitia, meliputi:

- ) Detail *stand* peserta event *Wonderfield*
- Harga *stand* Rp.4.500.000,- (selama tiga hari event)
  - Kuota 15 *stand* di lokasi atrium, dan 15 *stand* di lokasi *garden*
  - Ukuran *stand* 3m x 3m
  - Mendapatkan listrik hingga 400 *watts* tiap *stand*
  - Mendapatkan fasilitas 1 meja dan 2 kursi
  - *Booth name* dan *id-card event “Wonderfield” 2pcs*
  - Peserta wajib mengisi *form* pendaftaran pengisi *stand* dan profil usaha, kemudian dikembalikan ke panitia untuk keperluan administrasi
  - *Stand* yang sudah dipesan tidak dapat dipindahtangankan
  - Segala bentuk pembatalan, semua uang muka atau *booking fee* yang sudah dibayarkan tidak dapat dikembalikan
  - Harga *stand* sudah termasuk pajak

e. *Promotional Media*

) *Digital Media*

o Instagram

Penulis membantu tim *designer* dan *creative event* “*Wonderfield*” untuk menyiapkan desain siap *posting* berupa *template* di media sosial Instagram, yang merupakan salah satu jenis *digital media* yang digunakan untuk promosi *event* “*Wonderfield*” kali ini. Berikut salah satu materi *posting* di Instagram yang dikerjakan penulis bersama tim:

*Guidance caption:*

- *Introduce Mom & Kids Playground Festival “Wonderfield”*
- *Event: Plaza Ambarrukmo Yogyakarta*
- *Date: 9-11 March 2018*
- *Content event: talkshow, workshop, kids competition, food festival and playground*
- *Hashtag #wonderfield #plazaambarrukmo*
- *Mention instagram @wonderfield.id*



Gambar 14. Materi *posting image artist*



*Caption example: Images artist*

“Hai, *moms* dateng yuk ke acara *Mom & Kids Playground Festival “Wonderfield”* 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo. Nanti bakal ketemu aku dan *moms kece* yang lainnya. Serta banyak acara serunya lho. Info lengkap acaranya bisa *check @wonderfield.id yaaa.”*

#wonderfield #plazaambarrukmo



Gambar 15. Materi *posting images Wonderfield general*

*Caption example: - Images Wonderfield general*

“Yuhuuuu, Jogja! Bakal ada acara seru nih di 9-11 Maret 2018 ini, *Mom & Kids Playground Festival “Wonderfield”*. Moms bisa ajak si kecil main, bisa belanja, bisa dapat inspirasi seputar *parenting* dan masih banyak lagi. Dateng ya *moms!*

Info lengkapnya bisa di *check* di @wonderfield.id

#wonderfield #plazaambarrukmo

o *Influencer*

Promosi *event “Wonderfield”* juga dilakukan melalui *endorsement influencer* di media sosial, seperti; *beauty blogger, travel blogger* dan *food blogger*.

- *Mall website*  
Desain promosi *event* “*Wonderfield*” ditampilkan *slide show* pada laman *web*: *www.plaza-ambarrukmo.co.id*.
- *Mall apps*  
Desain promosi *event* “*Wonderfield*” ditampilkan pada *mall apps* Plaza Ambarrukmo yang dapat diunduh gratis di *mobile apps Play Store*.

### ) **Public Space**

- Radio; iradio, Geronimo FM, Star Jogja, Jiz FM, Trijaya, Radio Q, Jogja Family, Swaragama
- *Media partner*; Tribun Jogja, Harian Jogja, Jogja TV, Jogja Update, Oxigen TV, Radar Jogja
- *Flyering* di sekolah, *baby spa*, salon, dan *day care*
- Poster di ruang publik
- Baliho, pemasangan baliho berukuran besar yang ditempatkan di Jalan Solo depan Transmart, kedua di perempatan *ring road* Jalan Kaliurang dan di perempatan *ring road* Jalan Afandi

### ) **Mall Ambience**

- *Flyer*, yang dapat ditemukan di lokasi strategis seperti di sekitar *Customer Service* Plaza Ambarrukmo
- Rontek, pemasangan dilakukan di Atrium Plaza Ambarrukmo
- *TV signange*, berupa iklan audio visual yang dapat ditemukan di lokasi strategis seperti di dekat *escalator*, *lift* dan meja *security* Plaza Ambarrukmo
- Poster, dapat dijumpai di area parkir *lower ground* dan *basement* Plaza Ambarrukmo
- *Mall magazine*

### 3. Pra Event

#### a. Pembentukan Tim dan *Job Description*

*Event organizer* (EO) merupakan organisasi yang di dalamnya terdapat sekumpulan orang yang memiliki fungsi menyelenggarakan dan melaksanakan sebuah acara mulai dari perencanaan hingga acara berakhir. Di dalam meraih kelancaran dan kesuksesan sebuah acara yang ditangani, *event organizer* harus memiliki orang-orang yang mampu menjalankan fungsi dalam bagian-bagian kerja sebuah organisasi tersebut. Berikut tim dan *job description event* “Wonderfield” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo:

##### ) *Project Officer*

Adalah pemimpin proyek. Bertanggung jawab terhadap kelancaran *event* mulai dari perencanaan hingga *event* selesai. *Project officer event* “Wonderfield” dipimpin langsung oleh *Director CV. Marvel Indonesia*, Ibu Ifada Fauzia, S.I.P..

##### ) *Field Officer*

Dalam penyelenggaraan *event* “Wonderfield” penulis menjadi bagian tim *field officer* dengan *job description* menangani persiapan *venue*, *content media promotion*, konsumsi, pengadaan perlengkapan, *client service* dan lain sebagainya.

##### ) *Art Director*

Disebut juga sebagai tim *creative* bertanggung jawab terhadap permasalahan *artistic*, seperti tampilan panggung, dekorasi, *gates* dan efek lain yang berhubungan dengan estetika. Pada *event* “Wonderfield” ini tim *art director* bekerjasama dengan *supplier* dalam perangkaian seperti panggung, *gates*, dekorasi dan lain sebagainya.

) **Stage Manager**

Bertanggungjawab terhadap kelancaran acara di panggung “Wonderfield”. Mengatur mulai dari kemunculan *talent*, *performance* dan *artist* hingga acara selesai. *Stage manager* mengatur kemunculan *talent* dan lain sebagainya sesuai *rundown event*. Pada *event* “Wonderfield” ini *stage manager* melakukan koordinasi dengan *talent*, *soundman*, *liason officer artist* dan MC atau pembawa acara.

) **Runner**

Sebuah tim yang terdiri dari beberapa orang yang bertugas serabutan dan siap melaksanakan pekerjaan sesuai perintah dan *to do list event* “Wonderfield”. *Runner* dalam *event* “Wonderfield” di Plaza Ambarrukmo ini berjumlah 48 orang yang bekerjasama dengan divisi lain. *Job description runner* pada *event* “Wonderfield” antara lain, mengurus perlengkapan, menjaga stand pameran, mengawasi pengunjung, *crew* panggung, *driver*, konsumsi dan lain sebagainya.

**b. Penyelesaian Administrasi**

) **Surat Perjanjian Kerjasama**

Penulis bersama tim *field officer* diberi perintah menangani masalah administrasi *event* “Wonderfield”. Tugas tersebut antara lain mengetik kembali Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) untuk *artist* pengisi acara di *event* “Wonderfield”. SPK tersebut diberikan melalui manager masing-masing *artist*, berikut berkas *invoice* dan *rate & rider artist*. *Artist* yang memelurkan SPK pada *event* “Wonderfield” antara lain; Zara Leola, Ghaida Tsurayya, Linda Kayhz, Moonela dan Ringgo beserta keluarga. Berikut salah satu Surat Perjanjian Kerjasama untuk *artist* yang ditangani tim *field officer* dan penulis.

## PERJANJIAN KERJASAMA

Perjanjian ini ditandatangani pada hari Jumat, tanggal dua belas, Bulan Januari, Tahun dua ribu delapan belas (12-02-2018) oleh dan antara :

Nama : YB Surya Ananta, SP  
Pencapaian : PT. Putera Mataram Mitra Sejahtera  
Jabatan : General Manager  
Alamat : Jalan Laksa, Adisucipto, Yogyakarta  
Telepon : (0274) 4331 900

Untuk selanjutnya dalam perjanjian kerjasama ini disebut sebagai PIHAK PERTAMA.

Nama : SUMARNO  
Alamat : Jalan Beta I Gg. Arab No. 8, Pasar Minggu – Jakarta Selatan  
Jabatan : Manager Artis Zara Leola dan Enda Ungu  
Telepon : 0877 5647 3343 / 0822 2664 9218

Untuk selanjutnya dalam Perjanjian Kerjasama ini disebut sebagai PIHAK KEDUA.

PIhak Pertama dan Pihak Kedua untuk selanjutnya di sebut Para Pihak.

Sebelumnya menerangkan sebagai berikut:

- Bahwa PIHAK PERTAMA adalah penyelenggara acara "Festival Mom & Kids : WONDERFIELD 2018" pada tanggal 09 – 11 Maret 2018 di Main Atrium Plaza Ambarrukmo.
- Bahwa PIHAK KEDUA sebagai penyedia Pengisi Acara Zara Leola dan Enda Ungu dalam rangkaian acara PIHAK PERTAMA "Festival Mom & Kids : WONDERFIELD 2018".
- Bahwa Para Pihak telah sepakat untuk mengikatkan diri dalam Perjanjian Penyediaan Pengisi Acara "Festival Mom & Kids : WONDERFIELD 2018" di Main Atrium Plaza Ambarrukmo, yang untuk selanjutnya disebut Perjanjian, dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

### PASAL 1

#### JADWAL ACARA, TEMPAT DAN WAKTU

- 1.1. PIHAK PERTAMA dengan ini menunjuk PIHAK KEDUA sebagaimana PIHAK KEDUA setuju atas penunjukan PIHAK PERTAMA kepada PIHAK KEDUA untuk sebagai Penyedia Pengisi Acara "Festival Mom & Kids : WONDERFIELD 2018".

- 1.2. PIHAK KEDUA setuju untuk menghadirkan Zara Leola dan Enda Ungu dan sebagai pengisi acara yang diselenggarakan oleh PIHAK PERTAMA dengan ketentuan sebagai berikut :

Hari/Tanggal : Minggu, 11 Maret 2018  
Jam : 19.00 – 20.00 WIB  
Tempat : Plaza Ambarrukmo  
Acara : "Festival Mom & Kids : WONDERFIELD 2018"  
Durasi : ± 60 (enam puluh) menit dan/atau sebanyak 7 (tujuh) lagu

### PASAL 2

#### JANGKA WAKTU PERJANJIAN

Perjanjian berlaku sejak ditandatanganinya Perjanjian ini oleh Para Pihak dan tetap berlaku sampai Para Pihak telah menjalankan kewajibannya masing-masing dan telah memperoleh haknya masing-masing sebagaimana diatur dalam Perjanjian ini.

### PASAL 3

#### HAK DAN KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA

- 3.1. PIHAK PERTAMA berhak untuk menerima jasa PIHAK KEDUA sebagaimana diatur dalam Pasal 1.2. Perjanjian ini.

Gambar 16. Surat Perjanjian Kerjasama dengan artis Zara Leola

Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) secara lengkap berisikan kejelasan-kejelasan hak dan tanggung jawab antara *event organizer* dengan *artist*. Selain itu pada SPK terdapat informasi mengenai *rate & rider* artis seperti waktu dan tempat diselenggarakannya *event*, perlengkapan, penginapan, keamanan, transportasi dan konsumsi. Penjelasan mengenai *rate & rider* akan dibahas pada bab selanjutnya.

## ) *Rate & Rider*

*Talent* atau *artist* yang telah memiliki nama, mereka mempunyai daftar keperluan atau kebutuhan saat mereka terlibat sebagai pengisi acara di sebuah *event*. Pada event "Wonderfield" yang diselenggarakan oleh CV. Marvel Indonesia ini, penulis bersama tim *field officer* mengerjakan daftar keperluan artis pengisi acara mulai dari pemesanan

tiket pesawat, hotel, keamanan dan transportasi. Berikut *rate & rider* artis event “Wonderfield” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo:

## Tiket Pesawat Pengisi Acara



PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) Tbk. NPWP 01.001.634.3-093.000  
JL. KEBON SIRIH NO.44 GAMBIR JAKARTA PUSAT-10110  
WWW.GARUDA-INDONESIA.COM

**Electronic Ticket Receipt**

Booking Reference: OH335Z  
At check-in, you must show a photo ID.

Office  
PT. SUMBER TURINDO  
JL. DR. SUTOMO 45  
YOGYAKARTA  
Telephone: 0274-566629

Passenger	Ticket number
Rahman Agus Mr (ADT)	126 5147542270

**Itinerary**

From	To	Flight	Class	Date	Departure	Arrival	Rese (1)	NWB(2)	NVA(3)	Last check-in	Baggage (4)	Seat
JAKARTA SOEJARNO HATTA INTL Terminal 3 Operated by	YOGYAKARTA ADISUTAPTO	GA8204	N	10Mar	08:05	09:20	OK			07:30	20K	
				Fare Basis		Marketed by		NDC		GARUDA INDONESIA		

(1) OK - confirmed (2) NWB - Not valid before (3) NVA - Not valid after (4) Each passenger can check in a specific amount of baggage at no extra cost as indicated above in the column baggage.

**Receipt**

Name	Rahman Agus Mr (ADT)		
Ticket number	126 5147542270		
Form of payment	CASH : 1197000 IDR		
Fare	IDR 950000		
Taxes	IDR 5000 YR	IDR 130000 DS	IDR 95000 ID IDR 11500 ID
Total Amount	IDR 1197000		
Issuing Airline and date	GARUDA INDONESIA 18Feb18		IATA : 15080111
Restriction(s) Endorsements	Condition Applies		
Fare Calculation	JKT GA JOG950000.00IDR950000.00END		

The fare that applies on the date of purchase is only valid for the entire itinerary and the specific travel dates mentioned on the ticket.

Garuda Indonesia wishes you a very pleasant trip.  
This document establishes the creation of your electronic ticket(s) in our computer systems.

The carriage of certain hazardous materials, like aerosols, fireworks, and flammable liquids, aboard the aircraft is forbidden. If you do not understand these restrictions, further information may be obtained from your airline.

Please bring this receipt, credit card and your identity card on your travel in case required by airport check-in counters/customs and immigration officials as proof of purchase.

**NOTICE :**

- Carriage and other services provided by the carrier are subject to the conditions of carriage which are hereby incorporated by reference. These conditions may be obtained from the issuing carrier.
- PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. is not responsible for any risk and/or compensation occurring from the connecting flight which is not stated in the same ticket number (separate ticket).
- PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. will not accept the passenger through check-in and baggage through check-in process for segment that is not stated in the same ticket number (separate ticket).
- Flight coupons must be used in sequence. If all the segments are not used in sequence, the previous unused flight coupon is either considered as flown or the ticket must be re-issued under the conditions of PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

**DANGEROUS GOODS :**

Gambar 17. Tiket pesawat artis Wonderfield – Ringgo

## Itinerary Pengisi Acara

WONDERFIELD di Plaza Ambarrukmo					
LO: BIAN LAZUARDI - 081226199938   CP Ringgo : Ade - 085857126038					
No	Nama	Kode Penerbangan	Hari dan Jam	Maskapai	Tujuan
1	Rombongan Ringgo (5 orang)	GA 204	Sabtu, 10 Maret 2018 (08.05 - 09.20)	GARUDA	Jakarta (CGK) - Yogyakarta
No	Nama	Kode Penerbangan	Hari dan Jam	Maskapai	Tujuan
1	Rombongan Ringgo (4 orang)	GA 217	Rabu, 14 Maret 2018 (20.25 - 21.45)	GARUDA	Yogyakarta - Jakarta (CGK)
2	Rombongan Ringgo (1 orang)	QG 107	Rabu, 14 Maret 2018 (19.55 - 21.00)	CITYLINK	Yogyakarta - Jakarta (HLP)
Itinerary					
No	ACTIVITY	WAKTU	DURASI		
1	Flight to Yogyakarta.	08.05 - 09.20	1 jam 15 menit		
2	Perjalanan ke Royal Ambarrukmo.	09.20 - 10.20	1 jam		
3	Check-in di hotel dan istirahat.	10.20 - 18.10	7 jam 50 menit		
4	Persiapan perform.	18.10 - 18.40	30 menit		
5	Persiapan dan standby di venue.	18.40 - 19.25	45 menit		
6	Perform di Plaza Ambarrukmo.	19.25 - 20.25	1 jam		
7	Kembali ke hotel dan istirahat.	20.25			
8	Check-out hotel dan persiapan ke hotel berikutnya.	Minggu, 14 Maret 2018 12.00 - 12.15	15 menit		
9	Perjalanan ke hotel berikutnya.	12.15 - 13.15	1 jam		
MOBIL					
Jenis		Jumlah unit			
Toyota AVANZA		2			

Gambar 18. Itinerary artis Wonderfield - Ringgo

## Penginapan Pengisi Acara

PENGINAPAN PENGISI ACARA							
No	Nama	Waktu Check in	Waktu Check Out	Jumlah orang	Hotel	Jumlah Kamar	Tipe Kamar
1	Ghaida Tsurayya	9 Maret - 09.00	10 Maret	2 dewasa, 1 anak, 1 bayi	Grand Ambarukmo	1 kamar	1 Deluxe King Size
2	Linda Kayhz	9 Maret 2018 - 13.00	10 Maret 2018	5 orang	Grand Ambarukmo	3 kamar	1 deluxe king & 2 deluxe twin
3	Sabai Family	10 Maret 2018 - 09.30	11 Maret 2018	5 orang	Royal Ambarukmo	2 kamar	Connecting room – King Bed + extra bed & Twin bed  Atau 1 Premier + 1 Deluxe (+ 1 extra bed)  Request: kamar berdekatan
4	Moonella*	9 Maret 2018 - 11.30	11 Maret 2018	4 dewasa, 1 anak, 1 bayi	Royal Ambarukmo	2 kamar	Connecting Room – 1 King Size & 1 Twin Size
5	Zara Leola & Enda	11 Maret 2018 - 08.00	12 Maret 2018 - 12.00	9 orang	Grand Ambarukmo	5 kamar	2 king deluxe, 3 twin deluxe (semua kamar 1 lantai)

Notes\*:  
1. Moonella's Mom & Sabai meminta connecting room utk mempermudah babysitter ketika mengurus keperluan baby

Gambar 19. Penginapan pengisi acara *Wonderfield*

## Rider Konsumsi Pengisi Acara

LIST RIDER ARTIS				
<b>Ghaida</b>				
No.	Barang	Jumlah	Harga	Total
1	Air mineral (botol)	10	Rp2.000	Rp20.000
2	Tissue	1	Rp9.500	Rp9.500
<b>TOTAL</b>				<b>Rp29.500</b>
<b>Linda Kayhz</b>				
No.	Barang	Jumlah	Harga	Total
1	Air mineral (botol)	15	Rp2.000	Rp30.000
2	Tissue	1	Rp9.500	Rp9.500
<b>TOTAL</b>				<b>Rp39.500</b>
<b>Moonella</b>				
No.	Barang	Jumlah	Harga	Total
1	Air mineral (botol)	15	Rp2.000	Rp30.000
2	Tissue	1	Rp9.500	Rp9.500
<b>TOTAL</b>				<b>Rp39.500</b>
<b>Ringo Family</b>				
No.	Barang	Jumlah	Harga	Total
1	Air mineral (botol)	15	Rp2.000	Rp30.000
2	Tissue	1	Rp9.500	Rp9.500
<b>TOTAL</b>				<b>Rp39.500</b>
<b>Zara Leola &amp; Enda Ungu</b>				
No.	Barang	Jumlah	Harga	Total
1	Air Mineral (botol) NESTLE	3 dus	Rp45.000	Rp135.000
2	Equil (botol) 760ml	30	Rp35.000	Rp1.050.000
3	Softdrink	3	Rp4.500	Rp13.500
4	Hydro Coco	6	Rp6.000	Rp36.000
5	Pocari Sweat	6	Rp6.500	Rp39.000
6	Susu ULTRA (Lowfat)	6	Rp5.700	Rp34.200
7	Madu T1 botol	3	Rp17.000	Rp51.000
8	Tissue	3	Rp9.500	Rp28.500
9	Silver Queen/Toblerone	6	Rp18.000	Rp108.000
10	Pringless	3	Rp24.000	Rp72.000
11	Happy Tos	3	Rp9.800	Rp29.400
12	Kit Kat	3	Rp9.500	Rp28.500
13	Wafer Loacker (Milk/Vanilla)	3	Rp44.000	Rp132.000
14	Buah potong:			
	Piring plastik	3	Rp16.000	Rp48.000
	Cling wrap	1	Rp35.000	Rp35.000
	Semangka			

Lychee			
Kaai			
Mangga			
Anggur			
Jeruk			
Lemon			
15	Snack box	36	Rp15.000 Rp540.000
16	Plak Ban	2	Rp15.000 Rp30.000
17	Obeng (mini set)	1	Rp20.000 Rp20.000
18	Tali	3	Rp15.000 Rp45.000
<b>TOTAL</b>			<b>Rp2.475.100</b>

Ghaida Tsurayya	Rp29.500
Linda Kayhz	Rp39.500
Moonella	Rp39.500
Ringo Family	Rp39.500
Zara	Rp2.475.100
<b>GRAND TOTAL</b>	<b>Rp2.623.100</b>

\*) Belum termasuk fruit platter

Gambar 20. Rider konsumsi pengisi acara *Wonderfield*

## 4. Pelaksanaan *Event*

Pada tahap *d-day* pelaksanaan *event* “*Wonderfield*” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarukmo, semua tim bekerja di lapangan hingga *event* selesai. Pihak *event organizer* CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) pada tahap pelaksanaan *event* ini mengerahkan total 48 *man power*

atau panitia, yang terdiri dari 9 orang PIC (*person in charge*) dari tim Marvelindo, dan 39 *crew runner* atau *volunteer* yang telah direkrut oleh pihak Marvelindo dari kalangan *freelancer* dan mahasiswa. Dalam prosesnya, PIC yang merupakan koordinator *event “Wonderfield”* mengawal seluruh rangkaian acara dari awal hingga akhir dan berkoordinasi dengan para *crew* yang sebelumnya telah dilakukan *briefing* guna menjalankan fungsi-fungsi tim dengan baik dan acara sukses dilaksanakan. Berikut penjelasan mengenai isi acara pelaksanaan *event “Wonderfield”* 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo:

**a. Penjelasan Content Event**

**Pelaksanaan *event “Wonderfield”* Jumat, 9 Maret 2018**

- Acara pertama, diawali dengan *opening* oleh Artika sebagai MC (*master of ceremony*) yang mempersembahkan Pingu sebagai *opening band*. Dilanjutkan dengan MC *chit chat* dan persiapan *opening ceremonial*.
- Acara kedua, *opening ceremonial event “Wonderfield”* yang dibuka dan diisi *opening speech* oleh Bapak Haris Susanto selaku *owner* Plaza Ambarrukmo, dan didampingi para direksi PT. Putera Mataram Mitra Sejahtera. Kemudian dilanjutkan dengan pemukulan simbol sebagai tanda simbolik resmi dibukanya *event Mom & Kids Playground Festival “Wonderfield”* 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo. Dilanjutkan dengan penampilan dari *Drum Band* Mutiara Persada beserta dua *mascot event “Wonderfield”* bernama Wonda dan Wondi yang tampil di *stage atrium* untuk memeriahkan *opening ceremonial event “Wonderfield”*.
- Acara ketiga, adalah *school performance* yang masih dari Mutiara Persada. *School performance* Mutiara Persada menampilkan opera, *dancing*, wushu dan puisi, yang



melibatkan 64 anak yang didampingi oleh guru Mutiara Persada. Setelah *school performance* selesai, MC *chit chat* dan mempersiapkan penampilan Ghaida dan psikolog Analisa untuk mengisi acara *talkshow*.

- Acara keempat, adalah *talkshow* bersama Ghaida dan psikolog Analisa Widyaningrum sebagai moderator. *Talkshow* ini mengangkat tema “*Be a Productive Mom, Be A Supermom*”. *Talkshow* dilaksanakan di *main stage* Atrium Plaza Ambarrukmo. Selain *talkshow*, juga diadakan *meet & greet* bersama Ghaida yang dilaksanakan di House of Balcony, Plaza Ambarrukmo.
- Acara kelima, adalah acara hiburan yang menampilkan Keys Ballet. Terdapat 100 anak penampil tarian ballet yang rata-rata berumur 3-8 tahun yang memeriahkan gelaran “*Wonderfield*” ini. Selain itu *mascot time* Wonda dan Wondi menghibur dan membagikan 200 balon kelinci dan 200 permen untuk pengunjung anak *event* “*Wonderfield*”.
- Acara keenam, adalah demo *make-up* yang dipimpin langsung oleh MUA (*make-up artist*) Linda Kayhz yang mengusung tema “*Natural Look, Beauty Look*”. Demo *make-up* ini diikuti dua puluh orang peserta yang sebelumnya sudah mendaftar melalui Instagram @wonderfield.id.
- Acara ketujuh, adalah *activity* berupa *face & tattoo painting* yang dilaksanakan di Atrium Plaza Ambarrukmo yang diikuti oleh anak-anak. Selain itu terdapat *workshop* membatik untuk anak-anak yang dilaksanakan di Garden Plaza Ambarrukmo. Pada agenda *activity* ini peserta dibatasi 15 anak, usia dari kelas 1-6 SD. Para peserta diajarkan mengenai materi dari pengenalan alat dan bahan hingga proses membatik dan pengeringan batik.

- Acara kedelapan, adalah akustik *band* dan dilakukan *games* ringan yang dipandu oleh MC hingga *closing event* “*Wonderfield*” hari pertama.

#### **Pelaksanaan event “*Wonderfield*” Sabtu, 10 Maret 2018**

- Acara pertama, adalah *opening event* “*Wonderfield*” hari kedua oleh MC, yang juga mempersembahkan Budi Mulia dan Olifant *School* menampilkan pertunjukan *dance* anak-anak.
- Acara kedua, *school performance* dari Archimedes bersama *Mascot* “*Wonderfield*” Wonda & Wondi yang membagikan balon kelinci sebanyak seratus buah untuk pengunjung anak-anak. MC *chit chat* dan *preparation* mengenalkan Moonela yang akan mengisi *talkshow* pada acara berikutnya.
- Acara ketiga, adalah *talkshow* oleh Moonela yang merupakan *influencer selebgram* di media sosial Instagram. Tema yang diambil pada *talkshow* Moonela adalah “*Motherhood in Digital Era*” yang dimana pada *talkshow* tersebut membahas mengenai pentingnya pengawasan orangtua khususnya Ibu untuk anaknya dalam menggunakan media sosial. *Talkshow* Moonela dipandu oleh moderator psikolog Analisa Widyaningrum. Selain *talkshow*, Moonela juga mengadakan *meet & greet* di House of Balcony, Plaza Ambarrukmo yang kuotanya dibatasi dua puluh orang.
- Acara keempat, adalah *school performance* dari Al Azhar yang menampilkan menari dan *modeling* yang melibatkan 116 anak. Dilanjutkan dengan penampilan dari sekolah Kalam Kudus menampilkan *lummystick*, menari, kung fu, paduan suara dan violin. Selain itu *mascot* “*Wonderfield*” juga membagikan seratus buah bando kelinci untuk pengunjung.
- Acara kelima, adalah *activity event* berupa *workshop clay* dan *workshop drawing pouch*, yang dilaksanakan di Atrium

Plaza Ambarrukmo. *Workshop clay* adalah diajarkan cara membuat boneka kecil yang bahannya mudah didapatkan, dan *workshop drawing pouch* adalah melukis dengan alas dasar berupa dompet tangan. Workshop ini untuk anak usia TK-SD dan dibatasi kuota lima belas orang.

- Acara keenam, adalah lomba menyanyi untuk anak kategori usia 4-7 tahun. Peserta diwajibkan memilih 2 dari 5 lagu yang disediakan panitia, lagu tersebut antara lain; *Pelangi, Naik Delman, Lihat Kebunku, Paman Datang* dan *Anak Gembala*. Biaya pendaftaran peserta Rp.30.000,- dengan mendapatkan fasilitas nomor, *snack*, dan iringan music *live* dari penyelenggara. Juri pada lomba menyanyi *event “Wonderfield”* ini adalah Brian (vokalis *band* Jikustik), Manajemen Plaza Ambarrukmo dan Mami Jeci (juri lokal Indonesian Idol & Rising Star). Lomba menyanyi ini memperebutkan tiga juara yang berhak mendapatkan piala, sertifikat, uang pembinaan, dan bingkisan.
- Acara ketujuh, *talkshow* bersama Ringgo dan keluarga. Ringgo merupakan artis film nasional yang mengajak Bjorka (anak) dan Sabai Dieter (istri) untuk menjadi pengisi acara *talkshow* dengan tema “*Milenial Parenting: The Importance of First Five Years Kids*”. *Talkshow* dilaksanakan di Atrium Plaza Ambarrukmo yang dimulai pukul 19.35 hingga 20.35, yang selanjutnya diisi acara oleh *band* akustik sebagai tanda penutupan *event “Wonderfield”* hari kedua.

#### **Pelaksanaan *event “Wonderfield”* Minggu, 11 Maret 2018**

- Acara pertama, dilaksanakannya *workshop fun* yoga yang dikhususkan untuk ibu dan anak usia 4-7 tahun. *Fun* yoga dilaksanakan di Atrium Plaza Ambarrukmo dengan durasi satu jam dan diikuti oleh lima belas pasang ibu dan anak.
- Acara kedua, diadakan lomba *smart baby* yang terdiri dari berbagai lomba seperti; lomba makan pisang untuk anak 6-

12 bulan, lomba susun donat untuk anak 6-12 bulan, lomba pindah bendera untuk anak usia 1-3 tahun yang didampingi ayah. Selain itu terdapat lomba *photogenic* untuk anak usia 1-3 tahun dengan syarat melakukan pemotretan di area *outdoor event* “*Wonderfield*” dan memberikan satu foto terbaik kepada panitia.

- Acara ketiga, dilaksanakan lomba mewarnai untuk anak usia 4-7 tahun dengan syarat membawa akta kelahiran dan biaya pendaftaran Rp.30.000,-. Lomba mewarnai dibatasi waktu dua jam dan dipilih tiga juara yang masing-masing mendapatkan piala, sertifikat, uang pembinaan dan bingkisan dari *event* “*Wonderfield*”.
- Acara keempat, adalah *workshop robotic* yang merupakan acara merakit robot dari Lego. Pada *workshop robotic* ini diajarkan cara memilih *frame*, merakit dan menggerakkan robot dengan baik dan benar. Peserta yang dapat mengikuti *workshop robotic* ini anak usia tujuh tahun keatas yang didampingi oleh ayah.
- Acara kelima, diadakan *workshop bento*. Adalah diajarkan cara membuat *bento* atau menu bekal sekolah. *Workshop bento* diajarkan langsung dari *chef* restoran Oma Bento, yang mengajak peserta anak-anak usia dua tahun keatas. *Workshop* ini dilaksanakan pukul 18.00 hingga 19.00 bertempat di Atrium Plaza Ambarrukmo.
- Acara keenam, adalah *awarding* dari pihak penyelenggara *event* “*Wonderfield*” yaitu Marvelindo untuk para peserta pemenang berbagai lomba yang telah diadakan. *Awarding* ini simbolik dengan diberikan langsung pihak panitia “*Wonderfield*” kepada para juara diatas *main stage* Atrium Plaza Ambarrukmo. Setelah pelaksanaan *awarding*, MC melakukan *chit chat* dan bersiap pada acara puncak *event*

“Wonderfield” yang menampilkan *guest star* Zara Leola dan Enda Ungu.

- Acara ketujuh, sebagai acara puncak *event* “Wonderfield” menghadirkan *guest star* Zara Leola dan Enda Ungu yang tampil di panggung untuk menari dan menyanyikan lagu beserta membagikan balon kelinci dan permen untuk pengunjung *event*. Zara Leola dan Enda Ungu tampil dalam durasi satu jam di lokasi Atrium Plaza Ambarrukmo dan dilanjutkan dengan *band* Quinta sebagai penanda telah diakhirinya seluruh rangkaian *event* “Wonderfield” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo.

#### **b. Menjalankan Fungsi Tim**

Pada saat berlangsungnya *event* “Wonderfield” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo yang diselenggarakan oleh *event organizer* Marvelindo, tugas utama penulis yang dibantu oleh panitia lain adalah sebagai *field officer*, yang tugasnya meliputi:

- 1) Melakukan komunikasi dengan manajer artis tentang kesiapan pengisi acara *event* “Wonderfield”.
- 2) Mencentang *file form artist* dan *itinerary artist* yang dibagikan untuk *crew liaison officer*.
- 3) Melakukan koordinasi dengan *crew liaison officer artist* tentang jadwal penjemputan pengisi acara di Bandara Adisutjipto Yogyakarta.
- 4) Melakukan koordinasi dengan *driver* beserta tipe mobil yang digunakan *artist* sesuai permintaan *rider artist*.
- 5) Melakukan koordinasi dengan *crew liaison officer* dan *security* terkait pengawalan. Pengisi acara *event* “Wonderfield” seluruhnya diberi pengawalan *security* dua sampai enam orang *security*.

- 6) Melakukan koordinasi dengan *crew hospitality* dan konsumsi terkait makanan dan minuman yang dipesan oleh pengisi acara sesuai *rider artist*.
- 7) Pengecekan di hotel tempat menginap pengisi acara yaitu, Grand Ambarrukmo Hotel dan Royal Ambarrukmo Hotel mengenai kesiapan kamar hotel seperti tipe kamar, jumlah *bed*, akses antar-kamar, kelengkapan kamar (*snack, laundry, streamer*) dan *security*.
- 8) Melakukan koordinasi dengan pihak hotel untuk melakukan *setting* makanan dan minuman di kamar hotel sebelum digunakan pengisi acara.
- 9) Melakukan koordinasi dengan *liaison officer* tentang *breakdown* jadwal *artist* selama berada di lokasi *event* “*Wonderfield*”, dan penulis memberi instruksi untuk *liaison officer* untuk membaca detail kontrak kerjasama, rincian konsumsi, *checksound*, dan saat pengisi acara *perform* yang telah dibuat penulis.
- 10) Koordinasi dengan *crew stage* untuk pengisi acara melakukan *checksound* dan memastikan ruang tunggu pengisi acara bebas dari pihak luar kecuali manajemen *artist*.
- 11) Koordinasi dengan *crew field officer* untuk menyediakan ruang tunggu salah satu pengisi acara dengan fasilitas ruang AC, ruang ganti, *standing mirror*, *snack* dan lain sebagainya.
- 12) Membantu tim *art creative* pada saat *loading* keperluan *event* yang dilakukan tengah malam hingga pagi sebelum jam operasional Plaza Ambarrukmo.
- 13) Membantu tim *creative* untuk melakukan *setting* lokasi sesuai *floor plan* yang telah dirancang.
- 14) Mempersiapkan kelengkapan atribut panitia *event* “*Wonderfield*” berupa kaos dan *co-card* panitia.

**c. Daftar Exhibitor Event Wonderfield**

Pada saat berlangsungnya event “Wonderfield” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo, terdapat juga berbagai *stand* yang menawarkan produk unggulannya, berikut daftar peserta *exhibition event “Wonderfield”*:

Tabel 3. *Exhibitor event Wonderfield*

<b>No.</b>	<b>Exhibitor</b>	<b>Keterangan</b>
1	Dagadu Bocah	<i>Apparel</i>
2	Littlepoplin x Mioibookids	<i>Apparel</i>
3	Kamara Living	Perlengkapan rumah
4	Wikrama Art Batik	Batik
5	Karen Junior	<i>Apparel</i>
6	EF English First	Bimbingan belajar
7	Archimedes Academy	Sekolah
8	Baby World	Perlengkapan anak
9	Walls	Sponsor
10	Grolier	Mainan edukasi
11	Rana Baby Shop	Perlengkapan bayi
12	Babyzania	Perlengkapan bayi
13	Kaldu Bayi Koala	Makanan anak
14	Osz Kids	Apparel
15	De MozFezz	<i>Beverages</i>
16	Chick’N Roll	<i>Food</i>
17	Arlecchino Gelato	Es krim
18	Tasty Snack	<i>Food</i>
19	Sosis Nangis	<i>Food</i>
20	Gibran & Benjamin	<i>Beverages</i>
21	T-Cash	Provider
22	Hanji	<i>Bakery</i>
23	Kuliner Priyayi	<i>Food</i>
24	Maling Sego	<i>Food</i>
25	Martabak Mini Rainbow	<i>Food</i>
26	Portable	<i>Food</i>
27	Sweet Bun	<i>Bakery</i>
28	Bakpia Tugu	<i>Snack</i>
29	Cireng Jupe	<i>Snack</i>
30	Moscella	<i>Beverages</i>

31	Eden	<i>Beverages</i>
32	Makaroni Mewek	<i>Snack</i>
33	Telur Gulung SD	<i>Snack</i>
34	Kenes	<i>Bakery</i>
35	Crepes Signature	<i>Snack</i>

Sumber: CV. Marvel Indonesia

## 5. Pasca Event

Adapun kegiatan penulis setelah berlangsungnya *event* “*Wonderfield*” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo, adalah:

### a. Report Divisi *Field Officer*

Setelah pelaksanaan *event* “*Wonderfield*”, penulis memberikan *report* data dari divisi *field officer* saat *meeting* bersama tim CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) pada hari Rabu tanggal 14 Maret 2018 di kantor Marvelindo. Adapun penulis laporkan adalah:

- Laporan pengeluaran *hospitality* divisi *field officer*, dengan melampirkan *form* laporan pengeluaran *hospitality*.
- Laporan pengeluaran *rider artist*, dengan melampirkan *form list rider artist*.
- Laporan pengeluaran konsumsi selama *event* berlangsung, dengan melampirkan *form* konsumsi *all day*.
- Tiket pesawat keberangkatan dan kepulangan *artist* pengisi acara, dengan melampirkan seluruh *file e-ticket* berformat PDF.
- Laporan pembayaran *artist* pengisi acara berupa tanggal *down payment* (DP) dan tanggal pelunasan pembayaran *artist*, dengan melampirkan *form* pembayaran *artist*.



## **b. Evaluasi**

### **) Evaluasi internal**

Evaluasi penting dilakukan karena evaluasi merupakan sebuah langkah akhir sekaligus langkah awal dari sebuah kegiatan *event organizing*. Evaluasi dapat menjadi titik ukur dalam menilai tingkat keberhasilan atau kegagalan sebuah *event*, selain itu dengan evaluasi dapat membantu *event organizer* dalam melihat kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi dalam pelaksanaan *event* berikutnya. CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) sebagai *event organizer* yang menangani *event* “Wonderfield” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo, melakukan evaluasi dengan seluruh panitia dan PIC (*person in charge*). Marvelindo memiliki cara evaluasi dengan menanyakan langsung dengan *crew manpower* dibawah PIC pada tiap divisi. Evaluasi membahas mengenai kendala apa saja yang terjadi selama penyelenggaraan *event* “Wonderfield” yang bertujuan mengumpulkan umpan balik dan belajar memperbaiki kekurangan untuk perbaikan *event*, dan memikirkan rencana apa saja yang harus dikerjakan agar *event* lebih sukses pada pelaksanaan *event* selanjutnya.

### **) Evaluasi eksternal**

Evaluasi yang diadakan oleh pihak klien CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) yaitu PT. Putera Mataram Mitra Sejahtera (Plaza Ambarrukmo, yang diwakili oleh Bpk. YB. Surya Ananta, SP. selaku *General Manager* Plaza Ambarrukmo dengan *Director* Marvelindo Ibu Ifada Fauzia, S.I.P.. Pertemuan tersebut dilakukan di *Management Office* Plaza Ambarrukmo, yang membahas mengenai evaluasi *event* “Wonderfield” yang telah dilaksanakan pada tanggal 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo.

**c. Report Event Wonderfield**

Setelah *meeting* evaluasi selesai diadakan, penulis bersama tim Marvelindo merangkum *report event* yang berisikan laporan pengeluaran divisi, foto-foto selama *event* berlangsung, seperti; *talkshow*, *workshop*, perlombaan dan foto *talent* pengisi acara *event* “*Wonderfield*” dan lain sebagainya.

**C. ANALISIS PENULIS**

Berdasarkan *event* yang telah dirancang dan dilaksanakan sesuai konsep, pra *event*, pelaksanaan *event*, hingga pasca *event*, penulis ikut serta mempelajari bagaimana “Proses *Event* “*Wonderfield*” Dalam Rangka Memperingati Ulang Tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo oleh CV. Marvel Indonesia”. Sebagai acara pembuka rangkaian Hari Ulang Tahun (Hault) ke-12 Plaza Ambarrukmo, *event* “*Wonderfield*” dilaksanakan pada hari Jumat hingga Minggu 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo.

*Event* “*Wonderfield*” yang mengangkat tema *Mom & Kids Playground Festival*, merupakan acara yang diselenggarakan di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta yang bertujuan mengajak keluarga, khususnya ibu dan anak untuk menikmati *quality time* didukung dengan konten acara edukatif yang menarik dan penuh kreativitas. Adanya *event* “*Wonderfield*” diharapkan dapat membawa pengalaman yang menyenangkan di taman bermain bagi anak-anak, layaknya negeri dongeng.

CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) yang merupakan perencana dan pengelola *event* “*Wonderfield*”, dalam mengemas konsep *event*

selalu berusaha menawarkan konsep kreatif *event* diatas standar *event organizer* lainnya. Selain itu Marvelindo melibatkan *talent* kreatif lokal Yogyakarta sebagai *value* dalam *event* “Wonderfield” kali ini.

Selain menyelenggarakan *event* dengan konsep kreatif dan menarik, tentunya sebuah *event organizer* perlu mempertimbangkan beberapa unsur untuk memberikan pelayanan terbaik untuk klien, sponsor dan juga pengunjung *event*. Pada *event* “Wonderfield” yang diadakan di Plaza Ambarrukmo 9-11 Maret 2018 ini, terdapat tiga unsur yang diperhatikan dalam penyelenggaraan *event*, pertama ***Education***, *event* “Wonderfield” ini terdapat kegiatan edukasi berupa talkshow mengenai *parenting* yang dapat memberikan konten inspiratif terkait cara mengasuh anak terutama bagi para ibu, selain itu terdapat *workshop* bagi anak yang dapat memberikan edukasi sekaligus menunjang daya kreatifitas dan seni, serta pengalaman menarik bagi para pengunjung. terkait . Kedua ***Entertainment***, menyediakan hiburan yang menarik dan menghibur bagi pengunjung *event* “Wonderfield”, yang dimana pada event ini tidak hanya orang dewasa, namun anak-anak turut tampil sebagai pengisi acara untuk memeriahkan gelaran *event* “Wonderfield”. Ketiga ***Excitement***, pada hari terakhir *event* “Wonderfield” ini dihadirkan *gueststar* bertaraf nasional guna memeriahkan puncak acara, selain itu diberikan penghargaan untuk pengunjung yang juara dalam mengikuti berbagai perlombaan selama *event* berlangsung. Hal ini merupakan kunci supaya *event* yang diselenggarakan selalu dikenang dan mengesankan bagi para pengunjung. *Event* yang dapat memberikan kesan mendalam bagi pengunjung, sponsor hingga klien merupakan salah satu indikasi keberhasilan suatu *event*.

Salah satu cara mengukur keberhasilan sebuah *event* dapat dilihat dari target yang dipatok untuk setiap kegiatan yang telah dirancang. *Event* “Wonderfield” yang diselenggarakan di Plaza

Ambarrukmo tanggal 9-11 Maret 2018 ini bukan hanya *event talkshow*, namun juga terdapat pameran produk yang diadakan di area *event “Wonderfield”*. Panitia menyediakan 30 kuota *stand* untuk pameran produk, yang terdiri dari 15 kuota lokasi di atrium, dan 15 kuota di lokasi *Garden Plaza Ambarrukmo* yang ternyata mampu memenuhi target 100%. Selain itu aktivitas di media sosial Instagram yang merupakan salah satu media promosi *event “Wonderfield”* mendapat respon yang sangat baik dari netizen. Pengikut akun Instagram @wonderfield.festival yang di target 1000 pengikut, terlampaui sebanyak 1126 pengikut. Netizen mendapat kemudahan melakukan pencarian informasi mengenai *event “Wonderfield”* karena di media online Instagram tersebut netizen dapat langsung mencari informasi dengan mudah dan terdapat gambar atau foto promosi *event “Wonderfield”*. Untuk lebih jelasnya pengukuran keberhasilan *event “Wonderfield”* 9-11 Maret di Plaza Ambarrukmo, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Pengukuran keberhasilan *event Wonderfield*

No.	Indikator	Target	Capaian
1	<i>Penyewaan Stand</i>		
	<i>Penyewaan stand Atrium Booth</i>	15 <i>stand</i>	100% terpenuhi
	<i>Penyewaan stand Garden Booth</i>	15 <i>stand</i>	100% terpenuhi
2	<i>Media Promosi Instagram</i>		
	Pengikut akun Instagram @wonderfield.festival	1000 pengikut	1126 pengikut
	<i>Feedback viewers</i> setiap kali <i>posting</i>	500 <i>viewers</i>	> 500 <i>viewers</i>
	Perbincangan melalui <i>hashtag #wonderfield</i>	400 tayangan	458 tayangan
3	<i>Peserta Talkshow, Workshop dan Lomba</i>		

	Kuota peserta <i>talkshow</i>	20 peserta / sesi	> 20 peserta
	Kuota peserta <i>workshop</i>	30 peserta / jenis <i>workshop</i>	30 peserta terpenuhi
	Kuota peserta perlombaan	30 peserta / jenis lomba	30 peserta terpenuhi
4	<i>Pengunjung Event</i>		
	Target pengunjung <i>event</i> selama tiga hari (lokasi atrium)	2500 orang / hari atau 7500 orang selama tiga hari	8838 orang pengunjung selama tiga hari <i>event</i>
5	<i>Pemuatan Berita Event</i>		
	Pemuatan berita di media <i>online</i>	9 media	9 media
	Pemuatan di media cetak lokal	2 media	2 media

Indikator lain yang dapat menyimpulkan keberhasilan suatu *event* adalah target peserta. *Event* “Wonderfield” mengadakan berbagai macam kegiatan seperti *talkshow*, *workshop* dan perlombaan yang ternyata jumlah peserta telah terpenuhi sebelum *event* berlangsung. Para peserta *event* “Wonderfield” telah mendaftarkan diri sebelumnya melalui akun Instagram @wonderfield.festival dan melakukan pendaftaran ulang saat *event* berlangsung dengan membawa syarat yang telah ditentukan pihak panitia. Pengunjung *event* “Wonderfield” yang ditargetkan 2500 orang setiap harinya atau 7500 orang selama tiga hari pelaksanaan *event*, mampu mencatatkan angka 8838 orang pengunjung selama tiga hari pelaksanaan *event*. Pengunjung memadati berbagai area seperti di atrium *stage*, *playground* area, *photo booth*, *tenant* produk, *relaxing* area hingga *food corner* di *event* “Wonderfield” 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Penulis dapat menyimpulkan bahwa event organizer CV. Marvel Indonesia (Marvelindo) sebagai pelaksana *event “Wonderfield” Mom & Kids Playground Festival* yang diselenggarakan pada tanggal 9-11 Maret 2018 di Plaza Ambarrukmo telah berhasil dan sukses diselenggarakan guna memeriahkan rangkaian acara memperingati ulang tahun ke-12 Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.

Penulis yang terlibat langsung menangani proses *event “Wonderfield”* dari tahap awal hingga tahap akhir merasakan mendapatkan ilmu mengenai *event organizing* yang luar biasa dalam praktiknya. Marvelindo sebagai pelaksana *event “Wonderfield”* dengan segala upaya dan dedikasi memberikan layanan yang terbaik supaya para klien, peserta, penonton ataupun berbagai pihak yang terlibat merasa puas atas kinerja tim CV. Marvel Indonesia.

Bukan masalah dana yang besar dan dapat menyelenggarakan *event* besar, namun bagaimana cara suatu *event organizer* mengolah kreativitas dengan dana yang mencukupi dan menjadikan *event* sukses besar. Dengan begitu merupakan suatu keunggulan tersendiri bagi penyelenggara *event* apabila dapat mengelola keseluruhan *event* dengan baik, karena pihak klien pun menilai *event organizer* tersebut dapat bekerja secara profesional mengotimalkan kinerjanya, dan menjadikan peluang bisnis bagi *event organizer* tersebut untuk bekerjasama kembali dengan pihak klien.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, saran penulis sebagai berikut:

### ) **Konsep**

*Event “Wonderfield”* yang memiliki konsep acara berupa *talkshow*, *workshop*, pameran produk dan makanan, arena bermain dan berbagai macam perlombaan untuk anak, cukup menarik dan meriah diadakan di mall. *Event* seperti ini baru pertama kali diadakan di Yogyakarta khususnya di Plaza Ambarrukmo yang diharapkan untuk kedepannya diadakan lagi *event* seperti ini yang bukan hanya *event* hiburan, namun juga *event* yang mengandung unsur edukasi bagi pengunjungnya.

### ) **Desain Event**

Mengambil tema *Mom & Kids Playground Festival*, *event “Wonderfield”* memilih *setting* lokasi seperti layaknya negeri dongeng, yang *cheerfull* dan menarik untuk anak. Pemilihan warna desain, logo dan maskot cukup menarik dan tidak terkesan berlebihan. Selain itu penambahan berupa *gates*, maskot boneka, mainan anak hingga hiasan lampu yang menarik, cukup menguatkan konsep *event* yang ditentukan.

### ) **Pengisi Acara**

Mengundang pengisi acara yang merupakan *artist* nasional merupakan suatu daya tarik untuk gelaran *event* lokal seperti *“Wonderfield”*. Walaupun proses mengundangnya cukup susah, namun terbayar dengan keramaian dan kesuksesan *event* yang telah diselenggarakan ini.

### ) **Persiapan**

Pada tahap persiapan pelaksanaan *event “Wonderfield”*, lebih baik untuk lebih sering diadakan rapat terbuka antara pihak penyelenggara *event* Marvelindo dengan klien *Management Plaza Ambarrukmo*, untuk melaporkan setiap *progress* yang sedang

dikerjakan guna meminimalisir hal yang tidak diinginkan pada pelaksanaan *event*.

) **Kepanitiaan**

*Event* “*Wonderfield*” yang diselenggarakan selama tiga hari, melibatkan total panitia 48 orang. Marvelindo sebagai penyelenggara *event* mungkin perlu melakukan seleksi lebih ketat pada tahap rekrutmen *volunteer*, terutama pada bidang keahlian *event organizing*. Selain untuk meningkatkan profesionalitas kerja, seleksi *volunteer* berguna untuk menekan biaya pengeluaran *event* dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang tersedia.



## DAFTAR PUSTAKA

- Beatrix, Sofie. 2006. *I Love to Organize*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cutlip, Scott M. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Hafidz, Ibnu Novel. 2007. *Mengulik Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- \_\_\_\_\_. 2017. *CEO: Chief Event Organizer*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Nazir, Muhammad. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noor, Any. 2013. *Manajemen Event: Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event: Alternatif Jitu Membedik Pasar*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suseno, Indro. 2009. *Untung Besar Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Galang Press

# **LAMPIRAN**

# LAMPIRAN PROPOSAL EVENT WONDERFIELD



**The First and  
The Biggest  
Playground  
Festival**

In  
Yogyakarta



**Target  
Audience**

**Millennial Family**

- Young Family
- Working Mom, Entrepreneur, and full time mom
- Age: 25 - 35 years old
- Modern, connected with tech, Good Lifestyle
- Located at Yogyakarta & Jawa Tengah

Expected Numbers:  
**30.000 - 35.000**  
Visitors / day



**FREE  
ENTRY**

**Plaza  
Ambarrukm**

Main Atrium  
Pendopo Garden

**9 - 1** March  
2018



**Special  
Performance**

**Zara Leola  
& Enda**

### Special Talkshow

Ringgo Family

Moonella & Mom

Linda Kayha

Ghaida Turayya

Anissa Widyantingrum

### Special Workshop

Batik Drawing

Robotic

Pouch Drawing

Making Clay

Fun Baby Yoga

Healthy Bento

### Special Activity

Wonderfield Star

School Performance

Robotic Show

Face Painting

Magician and Balloon

Disco Kids

### Booth Tenant

<b>Atrium Venue</b>	<b>Pendopo Garden Venue</b>
10 Apparel & Non Apparel Tenant	15 Food Tenant

### Atrium Layout

Atrium

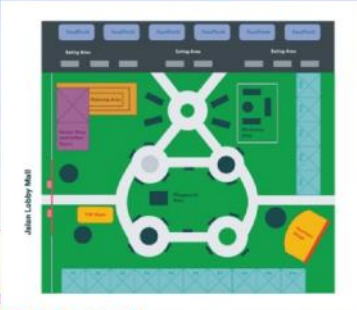
Pendopo

BreadTalk

### Atrium Layout



### Garden Layout



### Garden Layout



### Promotional Media

#### Mall Ambience

- Flyer
- TV Signage
- Poster
- Mall Magazine

#### Public

- Radio
- Flying on School, Baby Spa, Salon, and Day Care
- Poster on public space
- Baliho

#### Digital Media

- Facebook
- Instagram
- Social Media Ads
- Influencer
- Mall Website
- Mall Apps



### Contact Person

- 0813 9262 8762
- wonderfield.project@gmail.com
- @wonderfield.id



## LAMPIRAN *RUNDOWN EVENT WONDERFIELD*

### RUNDOWN WONDERFIELD

Hari/ Tanggal : Jumat, 9 Maret 2018  
 Acara : Mom & Kid  
 Jam : 10:00 - 22:00  
 Tempat : Atrium Plaza Ambarukmo

NO.	TIME	DURASI	ATRUM	REMARKS
1	10:00 - 10:05	0:05	Opening MC, present Pingu	
2	10:05 - 11:05	1:00	Pingu	
3	11:05 - 11:25	0:20	MC chit chat & preparation, present Khalifah	
4	11:25 - 12:25	1:00	Khalifah	
5	12:25 - 13:00	0:35	Break	
6	13:00 - 13:05	0:05	Greeting MC, present Fastrack	
7	13:05 - 14:20	1:15	Fastrack	
8	14:20 - 14:50	0:30	MC chit chat & preparation, present opening ceremonial	
9	14:50 - 15:20	0:30	Opening ceremonial	
			Speech	
			Simbolik opening : Pemukulan simbol	
			Drum band Mutiara Persada (atrium - garden) & Maskot	
10	15:20 - 15:25	0:05	MC chit chat , present Mutiara Persada	
11	15:25 - 16:25	1:00	School performance - Mutiara Persada	Opera, singing, dancing, wushu, puisi - 64 anak exc teacher
12	16:25 - 16:40	0:15	MC chit chat, insert MC Artika, & preparation Present Ghaida & Analisa	
13	16:40 - 17:40	1:00	Talkshow - Ghaida & Analisa	
14	17:40 - 17:55	0:15	MC chit chat & preparation, present Keys Ballet	
15	17:55 - 19:10	1:15	Keys Ballet	100 anak, 3 - 8 tahun
17	19:10 - 19:25	0:15	Maskot time	Baloon Kalinci (200), permen (100)
18	19:25 - 19:30	0:05	MC chit chat	
19	19:30 - 20:30	1:00	Demo Make Up : Linda Kayhz	
20	20:30 - 20:40	0:10	MC chit chat & preparation, present ...	
21	20:40 - 21:40	1:00	Akustik Band	By Amplas
22	21:40 - 21:45	0:05	Closing MC	

#### Workshop

Face painting & tatto activity

15:00 - 17:00

## RUNDOWN WONDERFIELD

Hari/ Tanggal : Sabtu, 10 Maret 2018  
 Acara : Mom & Kid  
 Jam : 10.00 - 22.00  
 Tempat : Atrium Plaza Ambarrukmo

NO.	TIME	DURASI	ATRIMUM	REMARKS
1	10:00 - 10:05	0:05	Opening MC , present BudiMulia	
2	10:05 - 11:05	1:00	Budi Mulia	
3	11:05 - 11:25	0:20	MC cht chat & preparation, present Olfant	
4	11:25 - 12:25	1:00	Olfant	
5	12:25 - 12:40	0:15	Maskot time	Balon Kelinci (100)
7	12:40 - 12:50	0:10	MC cht chat & preparation, present Archimedes	
8	12:50 - 13:20	0:30	School performance - archimedes	gerak dan lagu
9	13:20 - 13:35	0:15	MC cht chat, insert MC Artika & preparation, present Moonela & Analisa	
10	13:35 - 14:35	1:00	Talkshow : Baby Moonela	
11	14:35 - 14:55	0:20	MC cht chat & preparation, present Al Azhar	
12	14:55 - 15:55	1:00	School performance - Al Azhar	menari A & B, modeling - 116 orang
13	15:55 - 16:10	0:15	Maskot time	Bando kelinci (200)
14	16:10 - 16:30	0:20	MC cht chat & preparation, present Kalam Kudus	
15	16:30 - 17:30	1:00	School performance - Kalam Kudus	lummystick, menari, action fong, paduan suara, violin
16	17:30 - 17:50	0:20	MC cht chat & preparation, present Purwacaraka	
17	17:50 - 19:20	1:30	Purwacaraka	
18	19:20 - 19:35	0:15	MC cht chat, insert MC Artika & preparation, present Ringgo Family & Analisa	
19	19:35 - 20:35	1:00	Talkshow : Ringgo Family	
20	20:35 - 20:50	0:15	MC cht chat & preparation, present ....	
21	20:50 - 22:00	1:10		TBC opsi sekolah musik / musik / jhusik
22	22:00 - 22:05	0:05	Closing MC	

### Workshop

#### Clay

13:00 - 14:00

#### Drawing pouch

14:00 - 15:00

#### Face painting & tatto activity

15:00 - 17:00

## RUNDOWN WONDERFIELD

Hari/ Tanggal : Minggu, 11 Maret 2018  
 Acara : Mom & Kid  
 Jam : 10.00 - 21.35  
 Tempat : Atrium Plaza Ambarukmo

NO.	TIME	DURASI	ATRUM	REMARKS
1	10:00 - 10:05	0:05	Opening MC	
2	10:05 - 11:05	1:00	Fun Yoga Mom & Baby	
3	11:05 - 11:10	0:05	MC chit chat	
4	11:10 - 13:10	2:00	Lomba Mewarnai	
5	13:10 - 13:25	0:15	Maskot time	Bando kelinci (100) + Permen (100)
6	13:25 - 13:30	0:05	MC chit chat	
7	13:30 - 13:40	0:10	Awarding lomba mewarnai	
8	13:40 - 14:40	1:00	Dagadu Bocah	
9	14:40 - 14:45	0:05	MC chit chat	
10	14:45 - 15:00	0:15	Wonderfield Star Audition 1	
11	15:00 - 15:15	0:15	Wonderfield Star Audition 2	
12	15:15 - 15:30	0:15	Wonderfield Star Audition 3	
13	15:30 - 15:45	0:15	Wonderfield Star Audition 4	
14	15:45 - 16:00	0:15	Wonderfield Star Audition 5	
15	16:00 - 16:05	0:05	MC chit chat	
16	16:05 - 18:05	2:00	Robotic	
17	18:05 - 18:15	0:10	Awarding wonderfield star	
18	18:15 - 18:20	0:05	MC chit chat	
19	18:20 - 19:20	1:00	Guest star - Zara Leola & Enda	
20	19:20 - 19:35	0:15	Maskot time	Balon Kelinci (100) + permen (100)
21	19:35 - 19:40	0:05	MC chit chat	
22	19:50 - 21:20	1:30	Quinta	
23	21:20 - 21:25	0:05	Closing	

### Workshop

Face painting & tatto activity

16:00 - 18:00

Uma bento

18:00 - 19:00



## LAMPIRAN TANGKAPAN LAYAR BERITA *EVENT WONDERFIELD*

The screenshot shows the website **krjogja.com** with a navigation menu including categories like DIY, JATENG, PERISTIWA, PENDIDIKAN, EKONOMI, RAGAM, OLAHRAGA, GAYA HIDUP, WISATA, HIBURAN, ANGGARAN, and KCOLM. The main article is titled "Wonder Field di Ambarukmo Plaza" and features a colorful illustration of a white rabbit character and a sign that reads "MOM & KIDS PLAYGROUND FESTIVAL 9 - 11 MARCH 2018". On the right side, there are sections for "CARI BERITA", "STAY CONNECTED" with social media icons, "JADWAL SHOLAT", and "AGENDA JOGJA".

The screenshot shows the website **TribunJogja.com** with the article title "Wanda & Wondi Ceriakan Event Mom & Kids Playground Wonderfield Plaza Ambarukmo". The article includes a photograph of a stage performance with two large white rabbit puppets and a band. The right sidebar contains a "berita POPULER" section with several article teasers, such as "Persiapan Newcastle United untuk Premier League 2018/19 Dengan..." and "Cara Hilangkan Centang Biru Sialah Kamu, ini Baru Baca...".

The screenshot shows the website **gudegnet.com** with the article title "Wonda dan Wondi Ceriakan Wonderfield Plaza Ambarukmo". The article features a photograph of a large indoor arena with a stage and audience. The website has a navigation menu with "Beranda", "Direktori", "Berita", "Agenda", and "Warung". A "Direktori" sidebar on the right lists various categories like "Obyek Wisata", "Wisata Kuliner", "Hotel", "Travel Agent", "Pendidikan", "Seni & Budaya", "Belanja", and "Layanan Umum".