

# LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**PROSES EVENT CUSTOMER GATHERING 2018 SINAR JOYOBOYO  
OLEH PT DAMAI KREASI CIPTA**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan Ini Disusun Untuk Memenuhi Gelar Ahli  
Madya (A. Md) Dalam Bidang Komunikasi Dengan Spesifikasi *Public  
Relations***



**Oleh :**

**IFAN FARHAN**

**2015 /PR/ 4093**

**PUBLIC RELATIONS**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PROSES EVENT CUSTOMER GATHERING 2018 SINAR JOYOBOYO**  
**OLEH PT DAMAI KREASI CIPTA**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan Ini Disusun Untuk Memenuhi Gelar Ahli**  
**Madya (A. Md) Dalam Bidang Komunikasi Dengan Spesifikasi *Public***  
***Relations***

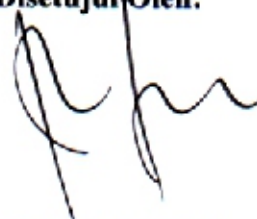
**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI Yogyakarta**

**Disusun Oleh :**

**IFAN FARHAN**

**2015 /PR/ 4093**

**Disetujui Oleh:**



**Rofiq Anwar, M. A**

Dosen Pembimbing

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**  
**YOGYAKARTA**  
**PUBLIC RELATIONS**  
**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji Public Relations Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, pada :

Hari : Senin  
Tanggal : 27 Agustus 2018  
Jam : 12.00 WIB  
Tempat : Ruang Presentasi

1. Rofiq Anwar, M. A  
( Pembimbing dan penguji I)
2. Firdha Irmawati, M.A  
( Penguji II)
3. Djati Prasetyani Hadi, M.A  
(Penguji III)

Mengesahkan :



R. Sumantri Raharjo, S. Sos M. Si  
Ketua STIKOM

Mengetahui :

Hening Budi Prabawati M.Si  
Ketua Jurusan

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Ifan Farhan

NIM : 2015/PR/4093

Judul Laporan : **“Proses Event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo Oleh Pt Damai Kreasi Cipta”**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinal, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja profesional selama saya menempuh praktek kerja lapangan di PT. Damai Kreasi Cipta dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (copy paste) karya saya 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; disamping dalam catatan kaki pada halaman tulisan.
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademis, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen – dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM, maka bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian di publikasikan secara luas oleh STIKOM.

Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 27 Agustus 2018



Ifan Farhan

## **MOTTO**

*Betapa bodohnya manusia, Dia menghancurkan masa kini sambil  
mengkawatirkan masa depan, tapi menangis di masa depan dengan mengingat  
masa lalunya.*

**Ali Bin Abi Thalib**

*Perbedaan orang bodoh dan jenius adalah, orang jenius punya batasnya.*

**Albert Einstein**

*Kalau kau biarkan kepalamu terlalu besar, itu akan mematahkan lehermu.*

**Elvis Presley**

*Jika kau masih mampu melangkah*

*Teruskanlah,*

*Maka kau akan berhenti saat kaki tak mampu untuk berdiri*

*Dan hanya sujud yang bisa kau lakukan.*

**Ifan Farhan**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Laporan ini adalah sebagian kecil dari beribu mimpi yang saya perjuangkan untuk segala bentuk yang memberikan banyak pengaruh dalam hidup saya :

Allah SWT yang telah memberikan saya tentang pemahaman hidup, yang telah memberikan saya kekuatan dalam menghadapi segala ujian hidup, yang tidak pernah meninggalkan saya dalam kondisi apapun, dan yang tidak pernah mengecewakan saya.

Untuk Ayah dan Ibuku tercinta, H. Surur dan Hj. Aliyah yang senantiasa mengirimkan segala doanya untuk saya, dan memberikan semangat lebih untuk berjuang keras, pemilik kasih sayang tanpa balas yang telah mendidiku dan menyayangiku dengan cara yang luar biasa, hingga tak pernah putus merangkaikan doa dan harapan mulia, untuk kesuksesan purta – putrinya.

Teruntuk adik-adikku, Hilmy Zahry, Anique Hawwa Mayasya, dan si kecil Qanita Khairunisa Nihayya juga menjadi bagian dari inspirasi hidup karena dari situ saya belajar arti kasih – sayang dan makna bersyukur.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan umat islam seluruh dunia, aamiin.

Tugas Akhir ini berjudul **“Proses *Event Customer Gathering* 2018 Sinar Joyoboyo Oleh PT Damai Kreasi Cipta”**, Alhamdulillah telah selesai disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya dalam program studi Public Relations di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi di Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Sumantri Rahajo, M.Si selaku Direktur Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM).
2. Ibu Hening Budi Prabawati, M.Si selaku Kaprodi *Public Relations* yang telah membantu saya dalam segala urusan perkuliahan di kampus STIKOM
3. Bapak Rofiq Anwar, M.A selaku dosen pembimbing yang senantiasa sabar untuk membimbing dalam membantu mengerjakan Tugas Akhir.
4. Segenap Dosen dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi yang telah bersedia membantu proses penyelesaian Laporan Tugas Akhir.
5. Ayah saya H. Surur dan Ibu saya Hj. Aliyah yang selalu berjuang demi saya untuk menyelesaikan studi perkuliahan. Semoga saya mampu menjadi anak yang berbakti dan berguna bagi nusa bangsa dan mampu membahagiakan kedua orang tua di dunia maupun di akhirat. Aamiin.

6. Seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada saya sehingga saya mampu mengerjakan laporan akhir sampai dengan selesai.
7. Mas Candra, Mas Bayu, Eza, Mas Yanto, Maknya, Pak Diantoro, Mas Ipul, Mas Vijay, Mas Ucup dan seluruh Staff Kantor Damai Production yang telah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
8. Sahabat tercintaku, Ayuna Dea, Dwi Parwati, Aldismi Larasati, Bian Lazuardi, Zulfikar, dan Gugum Kaelanis. atas segala kebaikan dan dukungan selama ini.
9. Teman kosan yang senantiasa menemani saat mengerjakan Tugas Akhir, Christian, Yosua, Juan, dan Welly.
10. Seluruh teman – teman Public Relations angkatan 2015 dan 2016 yang sudah memberikan support dan mendoakan.
11. Terimakasih atas seluruh pihak yang telah membantu menyusun dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.
12. Untuk yang terakhir, Terimakasih untuk yang tercinta Putri Inayah sudah support dalam segala hal, yang senantiasa membantu serta memberikan dorongan semangat untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.

Tiada kata yang penulis sampaikan kepada semua kecuali ucapan terimakasih serta iringan doa semoga Allah SWT membalasnya dengan sebaik – baik balasan. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh lebih dari kesempurnaan. Besar harapan penulis atas kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulis – penulis selanjutnya. Namun demikian mudah – mudahan Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua pada umumnya. Aamiin.



## ABSTRAK

Ifan Farhan. 2015/PR/4093, *Proses Event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo Oleh PT. Damai Kreasi Cipta*. Laporan Praktik Kerja Lapangan. Program Studi *Public Relations*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini membahas mengenai *Proses Event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo Oleh PT. Damai Kreasi Cipta*. Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Proses Event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo Oleh PT. Damai Kreasi Cipta*? *Proses Event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo* yang dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu *Pra-Event*, *Pelaksanaan Event*, dan *Pasca-Event*. Dalam tahapan *Pra-Event* terdapat perancangan konsep kreatif, pemilihan tempat, pemilihan tema, perancangan desain *venue*, *Layout*, Panggung, pemilihan talent, pembentukan tim, pembuatan *rundown*, dan perizinan. Yang kedua, tahapan pelaksanaan *event* terdapat kesiapan tim, kesiapan talent, kesiapan perlengkapan, kesiapan pengisi acara, proses *event* sesuai dengan *rundown*. Yang keempat, tahapan *pasca-event* terdapat evaluasi *event*, dan pembuatan laporan *event*.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan.....	4
a. Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....	4
b. Manfaat Praktik Kerja Lapangan .....	5
D. Tempat Dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan .....	5
1. Tempat .....	5
2. Waktu .....	5
E. Metode Pengumpulan Data .....	6
1. Observasi .....	6
2. Wawancara.....	6
3. Studi Pustaka .....	6
4. Partisipasi Aktif .....	7

## **BAB II KERANGKA KONSEP**

A. Penegasan Judul.....	7
B. Konsep Yang Digunakan .....	9
1. <i>Public Relations</i> .....	9
a. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	10
b. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	11
2. Event .....	12
a. Definisi <i>Event</i> .....	13
b. Tujuan <i>Event</i> .....	14
c. Alasan Perusahaan Bekerjasama Dengan Perusahaan <i>Event</i> .....	14
d. Jenis-Jenis <i>Event</i> .....	16
e. Proses Pelaksanaan <i>Event</i> .....	17
1. Pra-Produksi .....	17
2. Produksi .....	22
3. Pasca-Produksi .....	22

## **BAB III PROFILE PERUSAHAAN**

A. Gambaran Umum PT Damai Kreasi Cipta .....	24
1. Lokasi PT Damai Kreasi Cipta .....	29
2. Logo PT Damai Kreasi Cipta .....	30
3. Visi Misi PT. Damai Kreasi Cipta .....	31
4. Struktur Organisasi PT. Damai Kreasi Cipta .....	32
a. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Business Director</i> .....	33
b. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Human Resource</i> .....	33
c. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Finance and Accounting</i> .....	34
d. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Project Manager</i> .....	34
e. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Production Head</i> .....	35
f. Tugas dan Tanggung Jawab <i>General Affair</i> .....	35
g. Tugas dan Tanggung Jawab Operasional .....	35
h. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Customer Service</i> .....	36

## BAB IV KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

A. Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan (PKL).....	37
B. Pembahasan .....	47
1. Pra-Event .....	48
a. Menjabarkan Ide dan Konsep .....	49
b. Pembentukan Tim, Pembagian Kerja .....	49
c. Pengembangan Konsep <i>Rundown</i> , <i>Talent</i> , <i>Artistic</i> , dan <i>design</i> .....	51
a) Membuat <i>Script</i> Pertunjukan Dagelan Angkringan.....	54
b) Membuat Mekanisme Games .....	54
c) <i>Artistic Event</i> .....	56
d) <i>Desain Event</i> .....	56
d. Penentuan Tempat, Akomodasi, Konsumsi, Transportasi, Dokumentasi .....	59
e. Sosialisasi <i>Event</i> .....	60
2. Tahap Pelaksanaan <i>Event</i> .....	61
a. Penjelasan <i>Content Event</i> .....	62
b. Menjalankan Fungsi Tim .....	67
3. Pasca <i>Event</i> .....	68
a. Evaluasi <i>All Crew</i> .....	69
C. Analisis Penulis .....	70
a. Pra-Event .....	71
b. <i>Event</i> .....	71
c. Pasca-Event .....	72

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 73

B. Saran ..... 73

**DAFTAR PUSTAKA** ..... 75

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Rundown</i> Hari Ke-2.....	52
Gambar 4.2 <i>General Scirpt</i> Dagelan Angkringan .....	54
Gambar 4.3 Mekanisme <i>Games</i> .....	55
Gambar 4.4 Mekanisme <i>Team Lava Tour</i> .....	55
Gambar 4.5 Desain <i>Event</i> .....	57
Gambar 4.6 Desain <i>Gate in/out</i> .....	57
Gambar 4.7 Konsep <i>Dinner Round Table</i> .....	58
Gambar 4.8 <i>Red Carpet Concept</i> .....	58
Gambar 4.9 Desain <i>Lay Out Venue</i> .....	59
Gambar 4.10 Desain Undangan .....	60
Gambar 4.11 Jenis <i>Souvenir</i> Dalam Undangan.....	61
Gambar 4.12 Humor <i>Magician</i> .....	64
Gambar 4.13 Dagelan Angkringan .....	64
Gambar 4.14 Acara Hari ke-2 .....	66
Gambar 4.15 <i>Closing Ceremony</i> Dipandu MC .....	67

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Proses Pra-Event .....	48
Tabel 4.2 Breakdown Acara Hari Kedua .....	53

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Seiring berkembangnya zaman, banyak kegiatan yang sering dilakukan untuk menandai atau memperingati hari-hari penting dalam kehidupan manusia. Pada hari perayaan yang penting bagi masyarakat biasanya ditandai dengan adanya festival atau perayaan digelar, baik pribadi, organisasi atau kelompok masyarakat tertentu yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Peringatan atau perayaan yang dilakukan seringkali disebut sebagai *event*. Menurut Noor (2009: 14), *event* adalah fenomena yang muncul dari kesempatan non rutin itu yang memiliki *leisure*, kultural, personal atau sasaran dari organisasi di pisahkan dari aktivitas normal untuk kehidupan sehari-hari, dimana tujuannya adalah untuk memberikan penerangan, merayakan dan menghibur atau juga menantang dari sebuah grup masyarakat.

Pada saat ini perkembangan sebuah *event* berjalan sesuai dengan kemajuan teknologi serta perkembangan kegiatan masyarakat. Perkembangan ini menjadikan jenis *event* lebih beraneka ragam dan tidak memiliki batas yang mengacu pada kegiatan adat, keagamaan, dan budaya saja. *Event* telah berkembang sesuai dengan keinginan konsumen yang beragam dan dapat dijadikan lahan bisnis tentunya. Salah satu dari kebutuhan manusia yang menjadi lahan bisnis adalah sebuah acara yang dibutuhkan untuk kepentingan perusahaan dalam hal program dan publisitas merek. Jasa pembuat acara sekarang semakin dibutuhkan terutama di daerah perkotaan, dikarenakan mobilitas yang tinggi dan kesibukan jam kerja yang padat. Perkembangan gaya hidup masyarakat pun menuntut adanya acara kegiatan formal maupun non-formal, seperti kegiatan seminar, lomba, promosi produk, penjualan produk, dan acara internal perusahaan yang hanya meliputi karyawan seperti *family gathering*, program CSR dan lain



sebagainya, kebutuhan akan acara dan kegiatan menjadi seperti wajib sifatnya. Tenaga ahli yang mengerjakan pun memiliki keterbatasan waktu dan kesibukan individu atau kelompok yang menjadi hambatan dalam mengatur acara tersebut. Disinilah bisnis penyelenggara acara sangat berpeluang besar untuk mengembangkan dunia bisnisnya.

*Event Organizer* (EO) adalah suatu bisnis jasa penyelenggara acara profesional, atau juga biasa disebut dengan EO. Tugas *event organizer* adalah membantu kilennya (*client*) untuk menyelenggarakan sebuah acara yang diinginkan, mulai dari konsep hingga pengerjaan pada saat acara berlangsung hingga selesai. Faktor keterbatasan sumber daya dan waktu yang dimiliki klien, membuat jasa EO menjadi pilihan bagi klien agar acara tersebut dikerjakan oleh yang lebih profesional sehingga hasilnya lebih bagus dibanding dikerjakan sendiri. *Event* tersebut memiliki berbagai macam bentuk acara seiring dengan perkembangan jaman dan tuntutan tren modern yang terus maju, diantaranya adalah pameran, konser musik, expo, *special event*, *launching product*, media promosi, *family gathering*, CSR, dsb. *Event organizer* adalah jasa yang menangani beberapa *event* baik skala besar maupun kecil, dan juga mengelola *event* sesuai dengan permintaan dan keinginan klien, dapat disebut juga EO merupakan seni untuk mengatur sebuah acara secara profesional. Profesionalitas dan disiplin menjadi tuntutan bagi EO untuk menjadi kreatif, memiliki keterampilan lebih, dan mengikuti tren agar bisa memasukan konten yang lebih menarik. Profesionalitas juga dibutuhkan dalam bekerja untuk mendapatkan manajemen yang terbaik. Hal tersebut bisa tercapai dalam suatu *event* manajemen yang terbaik. *Event* manajemen dapat didefinisikan sebagai dikelolanya *event* secara professional, sistematis, efisien, dan efektif dari kegiatan awal yang meliputi konsep sampai hingga pelaksanaan hingga evaluasi, pengelolaannya juga harus sesuai dengan apa yang dikerjakan, agar kinerja setiap individu dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan kemampuannya masing – masing.

Pengelolaan *event* manajemen yang baik akan berdampak baik kedepannya bagi klien yang memakai jasa *event organizer* tersebut.

Perusahaan besar yang saat ini sudah memiliki banyak pelanggan dan karyawan yang *loyal*, perusahaan itu seringkali mengadakan program-program untuk membangun citra dan identitas perusahaan. Salah satunya dengan menggunakan *event* sebagai salah satu kegiatan yang dilakukan oleh bagian kehumasan atau disebut *public relations*. Di Indonesia sudah banyak perusahaan atau instansi yang mengadakan *event* untuk membangun dan meningkatkan citra perusahaan sebagai salah satu kegiatan yang melibatkan karyawan maupun keluarga karyawan dan *customer* perusahaan itu sendiri, seperti contoh *family gathering* atau bisa disebut *employee gathering* dan juga *customer gathering*. Perusahaan seringkali mengadakan *event* yang bersifat pribadi, seperti *customer gathering* ini dilakukan sebagai kegiatan diluar kantor yang menyangkut perusahaan dengan tujuan yang salah satunya untuk meningkatkan kebersamaan dan kekompakan antar karyawan.

*Event* ini merupakan salah satu kegiatan di luar pekerjaan perusahaan yang sifatnya lebih santai dan menghibur. Hal ini merupakan *event* yang lebih menysasar ke *internal* perusahaan dan *customernya*, *event* ini akan memberi dampak yang besar kepada perusahaan. *Customer* disini merupakan *agent/distributor* yang sudah menjalin kerjasama dengan perusahaan dalam jangka waktu yang lama, dan perusahaan memberi *reward* dengan cara mengundang distributor tersebut ke acara yang diadakan perusahaan.

PT. Damai Kreasi Cipta adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa *event organizer* profesional dan kini melebarkan sayap hingga bisnis properti, perusahaan ini biasa disebut dengan sebutan “Damai *Production*” yang berdiri sejak tahun 1999 yang kantor pusatnya terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sudah memiliki cabang hampir di setiap provinsi di pulau Jawa. Damai *production* seringkali menangani beberapa *event*, seperti : launching produk dan pameran.

Pada kesempatan kali ini PT. Damai Kreasi Cipta mendapatkan sebuah *event* dengan kliennya adalah perusahaan PT. Sinar Joyoboyo Plastik, dengan tema acara adalah *Customer gathering*, yang dimana ini adalah acara tahunan perusahaan Sinar Joyoboyo tersebut dengan judul “ *Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” yang berlangsung pada tanggal 21 dan 22 April yang berletak di dua lokasi, yaitu pada hari pertama di hotel Marriot dan hari kedua kegiatan *outbond lava tour* di lokasi gunung merapi. Acara ini dikemas secara berbeda dan menarik dari tahun sebelumnya. Untuk itu PT. Damai Kreasi Cipta membuat konsep dengan acara yang lebih menghibur dan konten yang lebih menasar ke segmen keluarga. *Event* ini berbeda dengan acara *gathering* pada umumnya yang ditujukan untuk internal perusahaan, namun *event* ini ditujukan kepada eksternal perusahaan (pelanggan). *Customer gathering* dipilih sebagai *event* yang bertujuan untuk memberikan *reward* pada pelanggan sesuai dengan performa penjualan selama satu tahun. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana proses *event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo* yang dilakukan oleh PT. Damai Kreasi Cipta.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

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

**Bagaimana “Proses *Event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” Oleh PT. Damai Kreasi Cipta**

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

### **a. Tujuan praktik kerja lapangan**

1. Menambah ilmu dalam bidang *event* khususnya bagian *show director* dalam menangani proses *event Customer Gathering 2018 Sinar joyoboyo* oleh PT Damai Kreasi Cipta

2. Menjalankan kewajiban mahasiswa tingkat akhir yaitu melaksanakan praktik kerja lapangan dan menulis laporan sebagai salah satu syarat kelulusan program D3 *public relation*.
3. Dengan menjalankan praktik kerja lapangan, membantu penulis dalam menggali dan mengembangkan kemampuan potensi diri sendiri melalui pembelajaran diluar kampus dan berinteraksi langsung dengan dunia kerja untuk menambah relasi serta pengalaman dan wawasan berpikir penulis

**b. Manfaat praktik kerja lapangan**

Manfaat praktik kerja lapangan bagi penulis :

1. Mampu bersaing di dunia kerja khususnya lingkup tim *event* dibagian *show director* dalam penanganannya sebuah acara diatas panggung
2. Mampu mengetahui bagaimana menyusun konsep sesuai dengan permintaan klien dan strategi dalam menjalankan sebuah *event customer gathering* 2018 sinar joyoboyo.

**D. TEMPAT DAN WAKTU PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

1. Tempat

Instansi : PT. Damai Kreasi Cipta

Alamat : Jl. Sukoharjo No.125 C, Gejayan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Telp & fax : (0274) 4463132 & (0274) 4462913

Email : [wawan@damaiproduction.co.id](mailto:wawan@damaiproduction.co.id)

2. Waktu

Tanggal : 9 Februari - 9 April

Hari : Senin – Sabtu

Waktu : 08.30 -17.00 WIB

## E. METODE PENGUMPULAN DATA

### a. Observasi

Penulis terlibat langsung dan melakukan pengamatan, pencatatan, maupun keikutsertaan dalam aktivitas divisi *event* ini, mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga evaluasi sebuah *event* secara garis kehumasan. Hal ini membuat penulis dapat banyak mengambil ilmu dan pengalaman selama proses pembuatan konsep *event*. Dalam tiap pengamatan, kita harus mengaitkan dua hal, yakni informasi (misalnya, apa yang terjadi) dan konteks (hal-hal yang berkaitan disekitarnya). Maka itu, dalam observasi, kita hanya mencatat segala sesuatu atau sebanyak mungkin hal-hal yang diduga kaitannya (Nasution, 2003:57).

### b. Wawancara

Dengan melakukan wawancara, kita dapat memasuki dunia pikiran dan perasaan responden. Penelitian *naturallistic* berusaha mengetahui bagaimana responden memandang dunia dari segi perspektif, pikiran, dan perasaannya (Nasution, 2003:69). Untuk data yang *valid*, Penulis melakukan wawancara dengan *project officer* dan HRD perusahaan guna mendapatkan bahan untuk mengerjakan tugas akhir, dan mengetahui lebih dalam apa itu *event* dalam dunia *public relations*.

### c. Studi pustaka

Pada pengumpulan data ini, diperoleh dari catatan kuliah, laporan-laporan terdahulu, dan buku-buku literatur hingga internet yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Untuk melengkapi penulisan laporan, maka penulis mencari referensi dari buku-buku yang dapat dijadikan sumber penulisan

laporan yang sesuai dengan judul laporan dan dapat dipahami maupun dipelajari, sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan. Menurut Nazir dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian” (Nazir, 1988:111) mengemukakan bahwa studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

d. Partisipasi aktif

Penulis mengikuti partisipasi aktif dalam kegiatan *customer gathering* 2018 Sinar Joyoboyo, seperti mengikuti kegiatannya secara langsung dan memonitoring kegiatan dari awal hingga akhir acara. Menurut Sumarto (Sumarto, 2004:17) partisipasi aktif adalah proses sebagai individu atau kelompok sosial dan organisasi, mengambil peran serta ikut mempengaruhi proses perencanaan, pelaksanaan dan pemantauan kebijakan-kebijakan yang langsung mempengaruhi kehidupan mereka

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **A. PENEGASAN JUDUL**

Dalam penulisan laporan ini, penulis akan membahas tentang “ **Proses Event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo**” oleh PT. Damai Kreasi Cipta.

Laporan ini membahas mengenai bagaimana proses *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” dari tahap *pra-event*, *event*, *pasca-event*. *Event* ini merupakan salah satu kegiatan tahunan dari PT. Sinar Joyoboyo plastik yang merupakan sebuah *reward* atau apresiasi yang diberikan kepada *customer* yang loyal dan sudah berlangganan secara berkesinambungan dengan produk dari perusahaan tersebut.

*Event* adalah kegiatan yang terencana dan bukan kejadian yang tiba-tiba dan memiliki tujuan tertentu. *Event* juga selalu diadakan hampir setiap bulannya yang dilakukan oleh pihak internal perusahaan terkait dengan penjualan dari setiap *customer* yang tersebar di Jawa Tengah dan Jawa Timur. *Customer* yang dimaksud disini merupakan *agent* yang bekerjasama dengan perusahaan. *Event* yang diadakan pun berbeda setiap bulannya tergantung bagaimana perusahaan tersebut memiliki program yang mengikuti perkembangan teknologi dan juga hari-hari besar atau target yang telah ditentukan.

*Event* ini diselenggarakan pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 21-22 April merupakan apresiasi perusahaan terhadap *customernya* yang sudah loyal, dan bekerjasama dalam jangka waktu yang lama dan juga dengan adanya acara tersebut perusahaan dapat meningkatkan hubungan dengan berinteraksi secara informal, sehingga mampu menimbulkan ikatan emosional yang sangat mempengaruhi pola pembelian dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan kedepannya.

## B. KONSEP YANG DIGUNAKAN

### 1. Public Relations

*Public Relations* merupakan profesi yang menghubungkan antara lembaga atau organisasi dan publik yang ikut menentukan kelangsungan hidup lembaga tersebut. Oleh karena itu, *public relation* berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen, memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi. PR pada dasarnya menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan baik dengan publik. Menurut Abdurrahman dalam bukunya yang berjudul *Dasar-dasar Public Relations*, (2001:10) mengungkapkan, *Public Relations*, mempunyai dua pengertian. Pertama, humas dalam arti sebagai teknik komunikasi atau *technique of communication*; kedua, humas sebagai metode komunikasi atau *method of communication*.

*Public Relations* adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi. Menurut Frazier (2004:135), Humas adalah filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan iktikad baik.

Peran Utama *Public Relations*, menurut Rosady Ruslan (2005: 10), yaitu :

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publik.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik.



3. Peranan backup pariwisata, yaitu sebagai pendukung dalam fungsi pariwisata organisasi atau perusahaan.

4. Membentuk corporate image, artinya peranan humas berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

**a. Tujuan *Public Relations***

Kriyantono, (2008: 7-20) mengungkapkan, tujuan dari *Public Relations* antara lain menciptakan *mutual understanding* perusahaan dengan publiknya, menciptakan *corporate image*, melakukan program CSR, membentuk opini publik, serta membentuk itikad baik dan kerja sama

Selain itu, tujuan *Public Relations* lainnya adalah *performance objective* dan *support of consumer market objective*. *Performance objective* adalah *Public Relations* mempresentasikan *image* perusahaan kepada publiknya. *Support of consumer market objective* merupakan identifikasi yang dilakukan oleh *Public Relations* yang berhubungan dengan target penjualan (Nova, 2011: 52).

Herimanto, Bambang, dkk (2007:43) juga mengungkapkan beberapa tujuan *Public Relations* dalam manajemen, yaitu :

1. Menciptakan agar semua orang :
  - a. Mengerti.
  - b. Percaya.
  - c. Bekerjasama.
  - d. Membantu.
2. Merebut *public opinion* dengan:
  - a. Menggerakkan.
  - b. Memperluas.
  - c. Mengurangi/menetralsir.

## **b. Fungsi *Public Relations***

Ardianto, E., (2009, 112), *Public Relations* Praktis, Mengungkapkan bahwa *Public Relations* (PR) adalah satu sub bidang Ilmu Komunikasi, kendati secara praktis, komunikasi adalah *backbone* (tulang punggung) kegiatan PR. Konsep lainnya dari PR adalah sebagai “jembatan” antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya, terutama tercapainya mutual understanding (saling pengertian) antara perusahaan dengan publiknya.

Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations, Principles and Problem* yang dikutip oleh Roland E. Wolseley & Laurence R. Campbell (1964, 231), mengemukakan tiga fungsi *public relations* yakni :

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum
2. Memelihara komunikasi yang baik
3. Menitik-beratkan moral dan tingkah laku yang baik.

*Public relations* harus mengabdikan kepada kepentingan umum adalah benar bahwa PRO diangkat diberi upah oleh manajer, akan tetapi tugasnya dan pekerjaannya ialah melayani publik, kepentingan umum. PR diadakan oleh manajer untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Tugasnya kedalam membina hubungan yang harmonis antara manajer beserta stafnya dengan para karyawan; mengusahakan agar para karyawan bekerja dengan senang dan merasa puas; meneliti perasaan dan kesulitan dan keinginan para karyawan. Tugasnya keluar membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik ekstern, memperkenalkan produksi, meningkatkan jumlah langganan dan sebagainya.

Effendy, O.C (1993, 56), dalam bukunya yang berjudul *Human Relations dan Public Relations*, mengungkapkan *Public Relations* adalah perantara antara pimpinan organisasi dengan publik, baik publik intern maupun publik ekstern. Dalam melaksanakan komunikasi dan dalam rangka melayani publik, PRO dan para petugasnya biasanya menempati ruangan yang letaknya strategis sebagai kantornya. Ini untuk memudahkan komunikasi, selain komunikasi vertikal dan horisontal, juga komunikasi eksternal. Salah satu tugas *public relations* ialah

sebagai sumber informasi (*source of information*) dan sebagai saluran informasi (*channel of information*). Untuk itu PRO mengadakan sebuah information desk untuk melayani publik, baik para karyawan maupun orang-orang luar.

Menurut Rumanti (2005, 68) dalam bukunya yang berjudul *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik* mengungkapkan, Dapat dikatakan PR terlibat dan bersifat integratif dalam manajemen organisasi tempat ia bekerja. Hal itu merupakan satu bagian dari satu napas yang sama dalam organisasi tersebut. Dia harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Dengan demikian pihak lain mau dan tertarik dengan senang hati, serta merasa puas membangun relasi maupun menggunakan produk dan jasanya.

## **2. *Event***

Menurut Noor (2009:7) dalam bukunya “*Manajemen Event*” mengatakan definisi dari *event* adalah salah satu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Setiap *event* selalu memiliki tujuan utama untuk apa diselenggarakan. Salah satu tujuan utama dari *event* ada pada target sarannya atau target pengunjung yang diharapkan hadir dalam *event* yang diadakan. Menurut Ani Noor dalam buku *Event Management* kunci utama *event* adalah pengunjung mengetahui manfaat apa yang akan diperoleh melalui sebuah *event* (Noor 2009:179).

*Event* diadakan memang bertujuan untuk mendatangkan jumlah pengunjung yang mencapai target atau bahkan melebihi target yang diharapkan

dan ditetapkan, jumlah pengunjung yang sesuai atau melebihi target adalah salah satu bentuk kesuksesan sebuah *event* menurut Noor (2009:182).

**a. Definisi *Event***

Menurut *John E.Kennedy* (2009:3), dalam arti sempit, *event* adalah pameran, pertunjukkan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung. Sedangkan dalam arti luas, *event* adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang – orang kesuatu tempat agar mereka mendapatkan suatu informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diselenggarakan oleh penyelenggara.

Menurut Noor, (2009:7), *event* merupakan 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 pada waktu tertentu.

Menurut Noor, (2009:7), saat ini konsep perkembangan *event* sejalan dengan kemajuan teknologi serta perkembangan kegiatan masyarakat. Perkembangan ini menjadikan jenis *event* yang berlangsung lebih beranekaragam dan tidak terbatas pada kegiatan yang memiliki nilai keagamaan, adat dan budaya saja. Penyelenggaraan *event* telah berkembang sesuai dengan keinginan konsumen untuk dapat melihat *event* tersebut, misalnya *event* bersifat keolahragaan, *event* pengenalan produk, pameran atau lainnya.

Menurut *Getz* dalam Noor (2009:8), definisi lain dari *event* adalah *Those non routine occasions set apart from the normal activity of daily life of a group people.*

Menurut Sulaksana (2003:83), *event* merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens

sasaran. Humas bertugas untuk mengatur konferensi pers, *grand opening*, pelaksanaan *event* dan sponsor dari perusahaan lain.

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

Menurut Rosady Ruslan yang ditulis dalam bukunya yang berjudul “Kiat dan Strategi Kampanye *Public Relations*” (2008:142), tujuan dari *special event* adalah membangkitkan daya publisitas kepada konsumen hingga menanamkan daya ingat lebih kuat dibenak konsumen atau *public* sasarnya.

Maka, penulis dapat menyimpulkan tujuan dari diadakannya suatu acara (*event*) adalah:

- a. Meningkatkan pengetahuan atau kesadaran (*awareness*) khalayak terhadap perusahaan atau produk yang ditampilkan.
- b. Memperoleh publikasi positif melalui komunikasi timbal balik.
- c. Menunjukkan niat baik dari perusahaan atau produk yang diwakilinya dan sekaligus memberikan citra positif pada masyarakat sebagai publik sasarnya.
- d. Mempertahankan penerimaan masyarakat.
- e. Memperoleh rekanan baru melalui acara (*event*) yang dirancang secara menarik dan kreatif. (Pudjiastuti, 2010: xxiv)

#### **c. Alasan perusahaan bekerjasama dengan perusahaan *event* adalah**

Noor (2013:66) menyebutkan bahwa *event* bisnis berkembang dengan cepat karena hanya perusahaan yang menggunakan *event organizer* untuk sukses nya *event* mereka. Beberapa alasan mengapa perusahaan harus bekerjasama dengan *event organizer* dalam menyelenggarakan *event*, adalah :

1. Banyak perusahaan ingin mengenalkan produk perusahaannya kepada masyarakat luas dalam bentuk pameran. Kegiatan yang dikemas secara bersama antara *event organizer* dan perusahaan adalah untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu mendapatkan keuntungan dari penyelenggaraan *event*, sehingga penyelenggaraan *event* haruslah menjadi *event* yang sukses terutama bagi konsumen perusahaan tersebut.
2. Banyak perusahaan tidak dapat menyelenggarakan sendiri *event* sesuai dengan keinginannya karena keterbatasan sumberdaya yang tersedia. Untuk mencapai *event* yang sukses, tentunya diperlukan sumberdaya yang berkualitas dan penuh dengan ide-ide baru. Apabila *event* yang diselenggarakan merupakan tiruan dari beberapa *event* yang pernah diselenggarakan sebelumnya, tentunya akan menurunkan nilai *event* dan citra perusahaan itu sendiri. Pada akhirnya *event* seperti ini akan dinilai kurang atau tidak kreatif.
3. Tidak semua perusahaan memiliki divisi *event organizer*, karena dengan memiliki divisi khusus akan meningkatkan biaya perusahaan. Perusahaan tidak akan menyelenggarakan kegiatan sejenis pameran atau pameran setiap saat, tetapi terbatas dengan waktu-waktu tertentu saja, sehingga akan lebih baik jika perusahaan bekerjasama dengan *event organizer* sebagai penyelenggara *event* perusahaannya.
4. Dengan adanya kerjasama, tentunya perusahaan dapat meminta *event organizer* untuk tidak hanya menyelenggarakan *event* saja, tetapi juga melakukan hal lainnya yang berhubungan dengan *event*. Banyak *event organizer* memiliki jaringan yang lebih luas, seperti perusahaan penyedia jasa dan pemberi sponsor, sehingga akan lebih mudah bagi *event organizer* untuk memasarkan dan mendatangkan jumlah pengunjung yang sesuai harapan dan tujuan perusahaan

#### d. Jenis – Jenis *Event*

Jenis *event* yang dikelola oleh *event organizer* sangat banyak, menurut beatrix dalam bukunya “*I love to Organize*” (Beatrix, 2006:6) ada beberapa jenis *event* diantaranya adalah :

- *Event* perusahaan  
HUT perusahaan dalam berbagai format, acara *employee/family gathering*, peresmian kantor baru, penghargaan pada karyawan, dan sebagainya
- *Event* promosi  
Pentas musik oleh sponsor, eksibisi / pameran produk, *sampling* dan *selling*, *dealer / costumer gathering*.
- *Event* pribadi  
Pesta pernikahan, perayaan ulang tahun, syukuran, aqiqah.
- *Event* pendidikan  
Seminar, *symposium*, *talk show*, *workshop*.
- *Event* olahraga  
Kompetisi olahraga professional, pertandingan, olahraga semi pro, aneka lomba kompetisi.
- *Event* seni  
Pagelaran seni musik, pagelaran seni tari, pagelaran seni teater, *fashion show*.
- *Event* amal  
Berbagai pagelaran penggalangan dana, lelang untuk pagelaran dana.
- *Event* publikasi  
Konferensi pers, media *gathering*.

Masih dalam buku “*I love to organize*” oleh beatrix (beatrix, 2006) disebutkan bahwa *event* memiliki kelompok-kelompok, antara lain :

➤ *Calendar event*

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

➤ *Momentum event*

Acara yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen-momen tertentu diluar acara rutin contoh : Ulang tahun perusahaan, menyambut hari-hari besar, dan perayaan yang dilakukan sedunia. Momen-momen ini adalah saat yang istimewa dimana *public relations* mempunyai kesempatan yang baik untuk menciptakan publisitas tentang produk dan perusahaannya.

➤ *Special event*

Acara peresmian, acara peringatan, acara yang bersifat komersil dan non komersil atau disebut sosial *event* dan *community event*.

**e. Proses Dalam Pelaksanaan Sebuah *Event***

*Event organizer* adalah sebuah tim kerja yang terdiri dari dari banyak divisi dan bagian kerja yang memiliki permasalahan kompleks dan membutuhkan penanganan cepat dalam waktu yang bersamaan dalam tujuan yang sama. Menurut Hafidz dalam bukunya yang berjudul “Mengulik Bisnis *Event Organizer*” (Hafidz, 2007: 70-73) mengatakan bahwa operasional (kinerja) *event organizer* dibagi menjadi tiga tahapan, diantaranya :

**1. Pra Produksi**

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



a) **Menjabarkan ide menjadi konsep**

Sebelum membuat kemasan acara, terlebih dahulu memahami hal-hal yang melatar belakangi penyelenggaraan acara dan tujuan spesifikasinya. Dengan pemahaman tersebut dapat mengklarifikasikan sponsor-sponsor yang akan ikut serta menjadikan kemasan acara tidak menyimpang dari tujuan sebelumnya.

b) **Pembentukan tim atau pembagian kerja (*job description*)**

Aspek penting dalam membentuk sebuah tim kerja yang sukses yaitu terdiri dari manajemen, *marketing*, dan *creator*. Faktor penting dalam tim adalah kekompakan karena hal tersebut akan membuat *event* menjadi harapan setiap *event organizer*. Setiap orang yang ada dalam tim kerja harus mengetahui apa yang menjadi tanggung jawab tersebut dengan sungguh-sungguh.

c) **Pengembangan konsep kreatif (*rundown*), *talent*, *artistic* dan *design***

*Rundown* merupakan bagian terpenting dalam menjalankan sebuah *event*, dengan mengacu pada *rundown*, semua tim dapat menjalankan acara dengan tepat. *Rundown* adalah jadwal sebuah acara yang dibuat secara detail yang dihitung berdasarkan menit atau detik. Penyusun *rundown* membutuhkan seni imajinasi yang baik agar menghasilkan suatu sajian acara yang epik dan menarik. *Talent* adalah seorang atau lebih, dapat berupa sebuah kelompok yang memiliki tugas menampilkan sesuatu yang menarik dan menghibur. *Talent* adalah pengisi acara sebuah *event* sehingga sangat tergantung dari kebutuhan *event* tersebut. Dalam sebuah *event*, biasanya menampilkan *talent* utama dan *talent* pendukung.

**d) Observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, konsumsi, transportasi, dokumentasi dan lain-lain.**

Dalam penyelenggara acara, tempat atau lokasi penyelenggaraan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan *event organizer*. Masih dalam buku “Mengulik Bisnis *Event Organizer*” oleh Hafidz (Hafidz, 2007: 102-105) ada beberapa pertimbangan dalam memilih lokasi penyelenggaraan acara, diantaranya :

**1. Sesuai tema *event***

Dalam memilih tempat untuk sebuah *event*, harus didasarkan pada jenis *event* yang akan dibuat dan sesuai dengan tema.

**2. Sesuai image product**

Harus menjaga citra dari produk yang mensponsori, jika produk eksklusif maka pilihlah tempat di pusat perbelanjaan eksklusif atau di gedung pertunjukan yang megah atau di ballroom hotel berbintang.

**3. Sesuai target audience**

Jika *event* yang akan digelar memiliki target *audience* kawula muda yang menyukai musik, maka tempat yang sebaiknya dipilih adalah atrium pada sebuah mall.

**4. Kemudahan akses dan jangkauan**

Tempat yang akan digunakan untuk *event* sebaiknya mudah dilalui kendaraan dan mudah dijangkau.

### **5. Nilai *artistic***

Bangunan yang memiliki nilai *artistic* dapat digunakan sebagai tempat penyelenggaraan *event*.

### **6. Faktor keamanan dan kenyamanan**

Sebuah *event* akan sukses jika pengunjung merasakan keamanan dan kenyamanan dalam menikmati *event* tersebut.

### **7. Besar kecil nya *event***

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

### **8. 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.

### **9. Promosi, publikasi dan sosialisasi *event***

Promosi *event* serangkaian kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan menciptakan kegiatan-kegiatan yang unik sehingga dapat

mendorong masa tertarik untuk datang dan menyaksikan hal-hal baru disajikan. Menurut Hafidz dalam bukunya “Mengulik Bisnis *Event Organizer*” (Hafidz, 2007: 108) mengemukakan bahwa media dan bentuk promosi yang biasanya digunakan dalam *event*, adalah :

e) Media cetak

Surat kabar, majalah dan tabloid bentuk : iklan (foto/ gambar/ visual), berita/ *press release* (teks), *advertorial* (teks/foto/gambar/ visual).

f) Radio

Bentuk : spot iklan (audio), *ad lips* (audio), *interview* dan *talkshow*.

g) Televisi

Bentuk : spot iklan/ *TV commercial* (audio, visual), *Run Teks* (teks), *interview* dan *talkshow*

h) Media luar ruangan

Bentuk : rontek (foto/gambar/visual), Spanduk (foto/gambar/visual), Baligho (foto/gambar/visual), Poster (foto/gambar/visual), *flyer* (foto/gambar/visual), Selebaran (foto/gambar/visual), *Banner* (foto/gambar/visual).

i) Bioskop

Bentuk : iklan (audio, visual)

- j) Penyelesaian administrasi, kontrak, perjanjian tempat, *ticketing* dan lain-lain.

## 2. Produksi

Tahap produksi adalah saat semua tim bekerja dilapangan mempersiapkan *event*, sampai *event* selesai digelar. Dalam produksi, kinerja sebuah *event organizer* akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak, baik itu penyandang dana atau sponsor, *supplier* maupun *event organizer* lain, terutama perusahaan. Bila dalam tahap pra produksi semua tahap sudah jelas dan terkonsep, maka dalam tahap produksi akan berjalan lancar. Pada tahap produksi, hal-hal yang dilakukan dalam sebuah penyelenggaraan acara menurut Hafidz dalam bukunya “Mengulik Bisnis *Event Organizer*” (Hafidz, 2007:70) adalah :

- a) Kesiapan pengisi acara
- b) Kesiapan perlengkapan
- c) Kesiapan pengamanan
- d) Kesiapan kru
- e) Proses *event* sesuai dengan *rundown*

## 3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana *event organizer* mempertanggung jawabkan pekerjaannya secara tertulis. Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab *event organizer* dilaporkan pada pemberi kerja disertai

evaluasi dan dilengkapi dengan dokumentasi. Pada tahap pasca produksi, hal-hal yang dilakukan adalah :

1) Evaluasi

Setelah acara dilangsungkan, dilakukan rapat evaluasi secara internal yang sekaligus merupakan pembubaran panitia. 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 design acara, baik dalam tema, pengeluaran maupun pendapatan.

2) Pembuatan laporan

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

## BAB III

### PROFILE PERUSAHAAN

#### A. Gambaran Umum PT. Damai Kreasi Cipta

Damai production berdiri sejak tahun 1999, Berawal dari sebuah pemikiran bersama 5 mahasiswa komunikasi UPN Jogja yang mempunyai kesamaan visi dan misi yang tak pernah menyerah pada keterkungkungan keadaan dan imajinasi. Damai *production* didirikan dengan kesederhanaan namun dengan kreatifitas, tekad dan jiwa besar Awal berdirinya damai *production* adalah bergerak di bidang *event organizer*, namun dengan seiring kebutuhan pangsa pasar dan perkembangan komunikasi dari waktu ke waktu, Damai *production* terus meningkat diri sebagai perusahaan yang profesional. Hal ini membuat kami berani menapaki bidang kreatifitas yang lain seperti, *Design* grafis, Multimedia, *Merchandise*, *Exhibition show*, *Touring concert*, *Sound system*, dan *Artist management*.

Damai *production* yang kini sudah berdiri lama dan memiliki banyak kantor cabang yang tersebar di pulau Jawa dan Bali. Damai *production* Jogja merupakan salah satu perusahaan *event* yang terkenal di Yogyakarta yang sudah banyak menjalankan berbagai *event-event* kecil hingga besar yang berskala nasional sampai internasional. Tim damai *production* mengedepankan Keterampilan & Kemampuan. Kinerja sesungguhnya yang menggerakkan produksi Damai adalah pendekatan kerja tim yang kuat. Dengan menyatukan Dari Divisi Produksi sampai ke Koordinator Proyek dan Desainer, Multimedia, Keuangan, Konseptor, Akuntansi, dan Proyek, masing-masing anggota tim memainkan peran penting dalam membawa reputasi baik bagi perusahaan. Perusahaan damai *production* telah berhasil mengorganisir dan mengeksekusi banyak acara bisnis dan penjualan dengan tingkat profesionalisme, kebanggaan, dedikasi tertinggi dan presisi. Damai *production* berdedikasi untuk memberi klien dengan ide-ide revolusioner dan konsep yang menyesuaikan, untuk membuatnya

perusahaan selalu menawarkan solusi *turn-key* yang disesuaikan dengan tujuan mereka.

Damai production mempunyai ikatan dengan berbagai perusahaan multimedia yang sering bekerjasama dalam berbagai *event* seperti :

### **DNA Multimedia**



DNA multimedia adalah Back support Multimedia dan brand afiliasi pada semua aspek multimedia content yg meliputi below the line dan above the line promo material, menggunakan multimedia tools seperti hd plasrna.hiqh ansilumen proyektor kios-k.apps , ipad dan visual clip yang terintergrasi dalam brand activation rich media content ke public secara massiv dan efektif.



## *ENZA EQUIPMENT*



Afiliasi dari Damai production yg menjadi back support meliputi rigging system,tenda dengan standar industry entertainment.tata artistik lampu panggung dengan menggunakan digital dmx system,artistik,booth dan management support venue yang di tangani oleh SOM profesional.

## ***BISON SOUNDSYSTEM***



Bison adalah afiliasi partner dalam back support *soundsystem*. Menggunakan sistem dynacord dan FoH yang dikontrol menggunakan digital mixer yamaha, yang mampu men-coverage small-medium dan giant concert dengan standar artis nasional.

## ***DMC DIGITAL PRINTING***



DMC printing adalah salah satu afiliasi Damai production yang membidangi all media print output dengan, menggunakan mesin cetak berteknologi tinggi untuk meng coverage semua kepentingan print on demand spanduk, Roll Up Baner, X-Baner, stiker, Baliho, Neon Box, Id Card, poster, backdrop.

PT. Damai kreasi cipta atau biasa disebut dengan sebutan damai production melebarkan peluang bisnis nya dengan membuat pasar sebuah pasar swalayan yang berkonsep islami seperti namanya “de halal mart”, pasar ini hanya menjual barang yang halal, dan juga menyediakan sebuah tempat di bangunan lantai 2 untuk melakukan kegiatan islami seperti kajian islami yang rutin diadakan setiap minggunya dengan penceramah ustadz terkenal yang berada di yogyakarta dan sekitarnya, de halal mart juga mendukung adanya umkm sekitar nya dengan cara menjualkan produk-produk yang dibuat oleh warga sekitarnya.



**Belanja Anda Sedekah Anda**

**Logo de halal mart**

### **1. Lokasi PT. Damai Kreasi Cipta**

Nama Badan Usaha : PT. Damai Kreasi Cipta

Alamat : **Head Office**

**Jogjakarta**

JL. Sukoharjo 125c condong catur, Sleman,  
Jogjakarta.

**Branch Office**

- **Jakarta**

JL. Jatipadang III No.12 pasar minggu,  
Jakarta selatan.

- **Semarang**

JL. Waru Buntu No.32 Banyumanik,  
Semarang.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Madiun</b> JL. Jati kampir No.1 Kel selo kanigoro, Kec Kartoharjo, Madiun.</li> <li>- <b>Bali</b> JL. Tukad asahan No.94f panjer, Denpasar, Bali</li> </ul>
Phone	<p>: <b>Head Office</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Jogjakarta</b> (0274) 4463132</li> </ul> <p><b>Branch Office</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Jakarta</b> (021) 788 323 57</li> <li>- <b>Semarang</b> (024) 841 472 9</li> <li>- <b>Madiun</b> (081 904 010 141)</li> <li>- <b>Bali</b> (081 804 230 455)</li> </ul>
E-mail	: <a href="mailto:wawan@damaiproduction.co.id">wawan@damaiproduction.co.id</a>
Website	: <a href="http://www.damaiproduction.co.id">www.damaiproduction.co.id</a>
Jenis usaha	: Perusahaan Event Organizer dan Properti

## 2. Logo PT. Damai Kreasi Cipta



Konsep logo PT. Damai Kreasi Cipta adalah logo terbaru yang baru saja diganti pada tahun 2015, hal yang dominan dari awalan huruf D lebih menonjol

dan merupakan sebuah simbolis bahwa damai kini sudah menjadi perusahaan besar yang memperluas bisnis nya diluar EO.

Dari warnanya pun lebih beraneka ragam, karena warna asli logo damai adalah biru tua, namun sekarang logo damai tersebut terkesan lebih modern dan seiring mengikuti perkembangan teknologi yang sudah maju tapi tetap tidak menghilangkan ciri khas warna nya yaitu biru yang melambangkan kelancaran, kecerahan, dan selalu dapat mengikuti perkembangan jaman.

## **2. Visi dan Misi**

### Visi

Untuk menyampaikan pesan melalui branding klien dan meneruskan ke publik secara profesional melayani semua kebutuhan dengan efisien dan efektif.

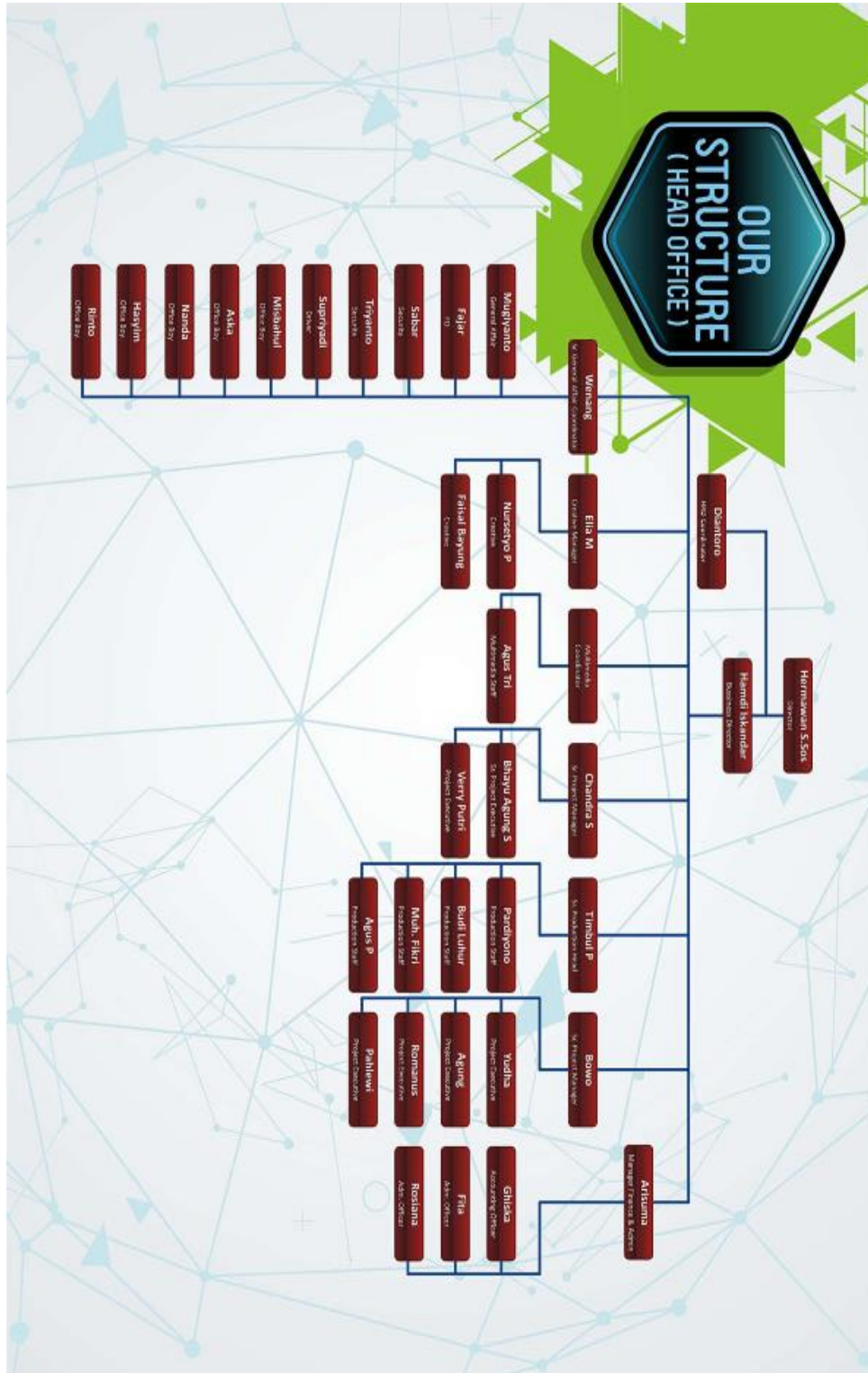
### Misi

Untuk membuat setiap acara menjadi pengalaman yang fantastis, solutif dan mengesankan dengan melepaskan kemungkinan-kemungkinan baru, dicapai melalui tantangan yang terus-menerus batas-batas konvensional.

### Value

Untuk memastikan bahwa setiap klien dilayani dengan komitmen, Solusi, dan kreativitas tak terbatas.

### 3. Struktur Organisasi PT. Damai Kreasi Cipta (Head Office)



a) Tugas dan Tanggung Jawab *Business Director* :

- Melakukan riset untuk mengidentifikasi pelanggan baru dan pasar baru yang potensial
- Menghubungi klien potensial melalui email atau telepon untuk menjalin hubungan dan mengatur pertemuan
- Merencanakan dan mengawasi inisiatif pemasaran baru
- Menghadiri konferensi, pertemuan, dan acara industri
- Mempersiapkan presentasi PowerPoint dan *sales display*
- Menghubungi klien tentang perkembangan baru dalam produk perusahaan
- Membuat kebutuhan proposal
- Mengembangkan tujuan-tujuan penjualan untuk tim dan memastikannya terpenuhi
- Melatih personil dan membantu anggota tim mengembangkan keterampilan

b) Tugas dan Tanggung Jawab *Human Resource*:

- Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan
- Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan
- Bertanggung jawab pada hal absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
- Memonitor, mengukur dan melaporkan tentang permasalahan, peluang, rencana pengembangan SDM
- Melakukan evaluasi dan pengembangan strategi pengelolaan SDM dan kinerja dalam pengimplementasian strategi tersebut
- Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia.



- Mengelola dan mengendalikan pembelanjaan SDM per departemen sesuai anggaran-anggaran yang disetujui.
  - Melakukan penilaian terhadap kinerja karyawan
- c) Tugas dan Tanggung Jawab *Finance and Accounting* :
- Melakukan fungsi akuntansi dari bagian keuangan bisnis seperti analisis manajemen serta laporan keuangan secara bulanan dan membantu dalam persiapan bulanan.
  - Melakukan pemeriksaan kas dan pelaporan kas keuangan harian, mingguan serta bulanan
  - Menganalisis keuangan yang diberikan oleh *business director*.
  - Mengumpulkan data untuk memeriksa seluruh upaya dan kemajuan bisnis.
  - Membuat dan mendistribusikan laporan keuangan termasuk analisis tenaga kerja bulanan dan metrik keuangan utama.
- d) Tugas dan Tanggung Jawab *Project Manager* :
- Mengidentifikasi dan menyelesaikan potensi masalah yang akan timbul agar dapat diantisipasi secara dini.
  - Melakukan koordinasi kedalam (team proyek, manajemen, dll) dan keluar
  - Dibantu semua koordinator menyiapkan rencana kerja operasi proyek, meliputi aspek teknis, waktu, administrasi dan keuangan proyek
  - Melaksanakan dan mengontrol operasional proyek sehingga operasi proyek dapat berjalan sesuai dengan rencana (on track)
  - Mengkomunikasikan dalam bentuk lisan dan tertulis (Laporan Kemajuan Pekerjaan).

- Seorang Project Manager harus mengontrol proyek yang ditanganinya. Proyek harus selesai sesuai dengan budget, sesuai dengan spesifikasi, dan waktu.
  - Proyek yang ditangani harus mempunyai return yang nyata terhadap organisasi. Taat kepada setiap kebijakan yang di keluarkan organisasi, harus mengambil keputusan dengan wewenang yang terbatas dari organisasi.
- e) Tugas dan Tanggung Jawab *Production Head* :
- Mengurus seluruh kebutuhan pameran.
  - Mengawasi proses produksi.
  - Mempersiapkan produksi *event* dari sebelum *event* berlangsung hingga selesainya *event*.
  - Memperkirakan biaya dan menetapkan standar kualitas.
  - Memastikan anggaran biaya yang efektif
- f) Tugas dan Tanggung Jawab *General Affair* :
- Bertanggung jawab penuh atas kebersihan lingkungan kerja.
  - Melengkapi setiap kebutuhan perusahaan, termasuk bagian material
  - Distribusi ATK dan alat-alat kerja lainnya (meja, kursi, laptop, komputer, dll)
  - Berinteraksi dan berkoordinasi baik secara internal maupun secara eksternal dengan pihak departemen lain ataupun pihak di luar perusahaan.
- g) Tugas dan Tanggung Jawab Operasional :
- Mempertahankan lingkungan yang aman dan nyaman untuk pelanggan dan karyawan dengan patroli, pengawasan pemeriksaan dan pemantauan.

- Secara langsung bertugas memantau dan mengatur keamanan kantor selama 24 jam secara bergantian dengan petugas keamanan yang lain.

h) Tugas dan Tanggung Jawab *Customer Service* :

- Memberikan pelayanan prima baik dalam bentuk informasi maupun fasilitas di area kantor.
- Membuat laporan mingguan dan bulanan dan diberikan kepada Manager Operation secara tepat waktu
- Menerima pesan dan meneruskan ke divisi lain.

## BAB IV

### KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN

#### A. KEGIATAN SELAMA PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Selama mengikuti kegiatan praktek kerja lapangan (PKL) di “PT. Damai Kreasi Cipta” pada divisi *event organizer* banyak pengalaman yang diperoleh dari banyak rangkaian kegiatan yang dilakukan penulis selama 2 bulan dari tanggal 9 Februari 2018 sampai dengan tanggal 9 April 2018. Penulis mengikuti sistem kerja dari hari Senin sampai dengan hari Jumat pukul 08.30 – 17.00 WIB ( selama 8.5 jam kerja ) dan pada minggu genap per-bulan pada hari sabtu dari jam 08.30 – 13.30 WIB ( selama 5 jam kerja ). Aktivitas yang dilakukan penulis selama menjalani PKL adalah menjadi bagian tim *Show Management* dengan *jobdesk* sebagai *Stage Manager*.

Adapun kegiatan yang dilaksanakan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL)

HARI/TANGGAL	TEMPAT	KEGIATAN
Jumat – Sabtu, 9-10 Februari 2018	a. Kantor Damai <i>Production</i>	1. Mengikuti morning brief 2. Perkenalan kepada All staff di kantor damai properti dan damai event 3. Kerja bakti bersih-bersih kantor divisi event bagian belakang 4. Olahraga pagi bersama all staff

		kantor
Senin – Jumat, 12-16 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> <li>• Cafe Dixie easy dining</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti morning brief dan doa bersama all staff</li> <li>2. Melakukan tahap mencari referensi konten</li> <li>3. Meeting dengan client plastik joyoboyo</li> <li>4. Mengerjakan revisi artistic untuk venue</li> <li>5. Membuat sebuah rundown untuk estimasi perjalanan</li> <li>6. Meeting team event untuk membahas konsep</li> </ol>

		dan lay out
Senin – Sabtu, 19-24 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> <li>• Kantor DJI drone yogyakarta</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti morning brief dan doa bersama all staff</li> <li>2. Meeting membahas konten yang akan dikerjakan</li> <li>3. Membahas desain pamflet, banner dll</li> <li>4. Meeting dengan client dan membahas konten acara dan konsep yang digunakan</li> <li>5. Membuat susunan acara</li> <li>6. Membuat konten acara</li> <li>7. Membuat Design yang menarik untuk venue, sesuai dengan konten yang ada</li> <li>8. Membuat susunan power point untuk</li> </ol>

		<p>presentasi ke client</p> <p>9. Membuat konsep event ulang tahun</p> <p>10. Mencari referensi via youtube</p> <p>11. Analisis konsep event ulang tahun.</p>
<p>Senin – Jumat, 26 februari – 2 Maret 2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> <li>• Musium gunung merapi</li> <li>• Kantor lava tour</li> <li>• Lapangan parkir musium gunung merapi</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan rutin doa bersama/ Morning brief setiap pagi</li> <li>2. Survey lokasi venue untuk konten acara</li> <li>3. Bertemu dengan pihak jeep lava tour</li> <li>4. Bertemu dengan pihak musium gunung merapi</li> <li>5. Survey lokasi untuk parkir bus</li> <li>6. Survey lokasi untuk pemasangan publikasi (banner dll)</li> <li>7. Membuat konsep DJI drone untuk</li> </ol>

		<p>event di hartono</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Mencatat poin-poin pada saat meeting all team</li> <li>9. Meeting dengan client dari DJI drone yogyakarta</li> </ol>
<p>Senin – Sabtu, 5-10 Maret 2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> <li>• Cafe lokal selokan mataram</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kegiatan rutin morning brief setiap pagi di kantor damai</li> <li>2. Membuat konsep untuk event yamaha jawa timur</li> <li>3. Meeting dengan client joyoboyo</li> <li>4. Revisi konsep untuk layout dan talent</li> <li>5. Revisi logo event</li> <li>6. Menghubungi guest star untuk acara</li> <li>7. Membantu membuat design untuk presentasi client yamaha jawa timur</li> </ol>



		8. Mencari konten untuk event yamaha jawa timur
Senin – Jum’at, 12-16 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> <li>• Liquid bar&amp;kitchen</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Morning brief setiap pagi di kantor damai production</li> <li>2. Bertemu MC untuk membahas konten dan isi ,acara</li> <li>3. Meeting team untuk membahas konsep dan rundown acara</li> <li>4. Membuat rundown event byms yamaha</li> <li>5. Revisi check list event joyoboyo</li> <li>6. Menambahkan konten acara yang diperlukan</li> <li>7. Mempersiapkan pre-event seperti mencari hadiah</li> </ol>
Senin – Jum’at, 19-24 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Morning brief all team setiap pagi</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cafe dixie easy dining</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Membuat jadwal meeting dengan talent,client,hotel, MC</li> <li>3. Revisi logo event dan stage lay out</li> <li>4. Membuat rancangan game untuk konten acara pada hari ke-2</li> <li>5. Presentasi client mengenai revisi konsep, layout dan konten acara</li> <li>6. Mencari tambahan konten dan program yang menarik</li> </ol>
<p>Senin – Jum’at, 26-30 Maret 2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> <li>• Wisata lava tour merapi</li> <li>• Hotel Marriott</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Morning brief all team setiap pagi</li> <li>2. Meeting all team mengenai persiapan dan bahan-bahan yang dibutuhkan</li> <li>3. Memesan souvenir sebanyak 50pcs untuk</li> </ol>

		<p>konten di hari pertama dan digunakan untuk doorprize</p> <p>4. Membuat rundown event joyoboyo pada tanggal 21-22 april</p> <p>5. Survey lokasi untuk konten game event joyoboyo</p> <p>6. Meeting all team dan client membicarakan soal kamar dan package makanan</p> <p>7. Survey lokasi balroom hotel untuk tanggal 21-22 april</p> <p>8. Mencari kebutuhan talent untuk acara joyoboyo</p> <p>9. Mengetik daftar manpower dari team event (LO,</p>
--	--	--

		stage crew, floor crew)
Senin – Sabtu, 1-6 April 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> <li>• Penyewaan alat outdoor anak rimba</li> <li>• Raminten resto</li> <li>• Percetakan sahara</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Morning brief setiap pagi di kantor damai divisi event</li> <li>2. Menyewa megaphone</li> <li>3. Menyetak stiker untuk konten game event joyoboyo pada tanggal 21-22 april</li> <li>4. Membuat rundown perjalanan pada hari ke-2 tanggal 22 april</li> <li>5. Membeli peralatan untuk game</li> <li>6. Rapat dengan talent dan MC untuk membahan tema pada saat acara hari pertama tanggal 21-22 april</li> </ol>

		<p>7. Mengikuti event bank BTN di hotel royal ambarukmo</p> <p>8. Revisi pertanyaan untuk konten game pada hari ke-2 tanggal 22 berlokasi di musium gunung merapi</p> <p>9.</p>
<p>Senin – Selasa, 8-9 April 2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kantor damai divisi event</li> </ul>	<p>1. Morning brief setiap pagi di kantor damai divisi event</p> <p>2. Mengerjakan revisian konten program dan game</p> <p>3. Konfirmasi all talent MC</p> <p>4. Mengirim berkas rundown dan konten ke all team via email</p> <p>5. Review checklist budgeting yang kurang dan belum</p>

		masuk data
		6. Rekap nama-nama peserta event customer gathering
		7. Konfirmasi client mengenai all talent dan MC

## B. PEMBAHASAN

*Event Customer gathering* 2018 Sinar Joyoboyo pada tahun ini diselenggarakan di Yogyakarta oleh EO Damai production, *event* kali ini mengangkat konsep *gala dinner* dan *outbond*, acara ini berlangsung pada hari sabtu dan minggu tanggal 21 & 22 April 2018 di hotel Marriot Yogyakarta dan wisata merapi kaliurang. *Event* ini bertujuan sebagai reward kepada *customer* Sinar Joyoboyo Plastik yang sudah bekerjasama dalam waktu yang berkesinambungan dan lama. Target diadakannya *event* ini adalah untuk menjalan kedekatan dan menambah *loyalty* konsumen produk perusahaan. Peserta yang tergabung dalam *event* merupakan tamu undangan dari *customer* yang terpilih dari area jawa tengah dan jawa timur.

Damai *production* yang menjadi perancang konsep dan juga sekaligus menjadi penggelar acara pada tahun ini merancang konsep, desain, rundown, lokasi, dan publikasi sesuai dengan permintaan klien , dengan artistik yang ciri khas Yogyakarta.

Tugas harian yang diikuti oleh penulis selama menjalani Praktik Kerja Lapangan di PT. Damai Kreasi Cipta dibagian Manajemen *Event Organizer* khusus nya di *Team Creative* dengan *Job desk* sebagai *Stage Manager*, penulis melaksanakan tugas sebelum pelaksanaan *event*, pada saat *event*, dan

sesudah *event* berlangsung. Berikut dengan bagan penjelasan proses *event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo* :

### 1. Pra – Event

Tahap pra-event “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” merupakan penentuan kelancaran operasional saat *event*. Pra-event telah ditangani dengan baik, maka *event* akan semakin ringan. Tahap Pra-event diuraikan dalam bagan sebagai berikut :

Bagan 4.1. Proses Pra-event



**a. Menjabarkan Ide Dan Konsep**

*Customer gathering* merupakan salah satu kegiatan perusahaan PT. Sinar Joyoboyo yang diadakan rutin setiap tahunnya untuk tujuan memberi sebuah *reward* atas loyalitas atau kerjasama dalam waktu yang berkelanjutan untuk *customer* nya. “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” yang pada tahun ini diselenggarakan pada tanggal 21&22 April 2018 di Marriott hotel dan wisata merapi kaliurang. *Event* tahun ini merupakan acara yang semi-formal dengan konsep *gala dinner* dan *entertaint*, karena acara ini bertujuan untuk menghibur para peserta. Damai *production* diberi kepercayaan untuk menjalankan sebuah *event* tahun ini, diharapkan dapat memberikan sebuah ide dan konsep yang menarik dan sesuai dengan segmentasi usia peserta *customer gathering* yang dimana menengah keatas agar dapat menikmati konten acara yang dibuat. Dengan adanya sebuah acara ini, peserta *customer gathering* dapat merasakan apresiasi penuh dari perusahaan terhadap kerjasama yang dijalin dalam jangka waktu yang lama, oleh karena itu perusahaan ingin memanjakan dengan sebuah hiburan yang dikemas dengan matang, sekaligus wadah untuk edukasi dan promosi produk. Damai Production menjadi perencana dan pengelola *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” dalam mengemas konsepnya, mengacu pada *event guide line* dan mempertimbangkan tujuan komunikasi dalam menjalin kerjasama dengan *customer* nya dalam ini.

**b. Pembentukan Tim, Pembagian Kerja (*job description*)**

Aspek penting dalam pembentukan sebuah tim kerja yang sukses yaitu terdiri dari *manajemen*, *marketing* dan *creator*. Faktor penting dalam tim adalah kekompakan, karena hal tersebut akan membuat event menjadi harapan setiap *event organizer*. Setiap orang yang berada dalam tim kerja harus mengetahui apa yang menjadi tanggung jawab



serta harus mengemban tanggung jawab tersebut dengan sungguh-sungguh, berikut (*job description*) *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” :

- a) Tim *floor* : bertugas sebagai pemimpin untuk mengkoordinasi dan mendata peserta saat kedatangan, acara dan kepulauan peserta, tim floor juga mengkoordinasi usher untuk melakukan tugas sesuai jobdesk nya. Mempersiapkan booth untuk konten diluar panggung pada saat acara yang sudah direncanakan pada jauh-jauh hari, dan menjalankannya sesuai susunan acara yang dilakukan. Tim floor terdiri dari tim registrasi peserta, tim foto booth, tim organisir peserta saat acara entertain.
- b) Tim Produksi : bertugas melakukan pendampingan *event* dari pra-*event*, *event* sampai pasca *event*. Melakukan survey lokasi hingga analisis tata letak *venue* dan memberikan rekomendasi kepada tim *floor* tentang kelayakan tempat untuk didesain sesuai dengan persetujuan klien.
- c) Tim *show director* : bertanggung jawab atas berjalannya sebuah acara sesuai dengan kesepakatan *rundown* yang sudah dibuat, dan mengkoordinasi semua peserta *talent*, *artist*, dan MC pada saat sebelum *event* dan melakukan GR untuk tau alur dari acara yang akan berlangsung.
- d) *Project officer* : bertugas sebagai koordinasi pelaksana dari semua divisi jika ada perubahan *rundown*/konten acara.
- e) Dokumentasi : bertugas melakukan dokumentasi berupa foto dan video ketika Pra-*event*, *event*, sampai dengan pasca *event*.
- f) Tim *creative* : Bertugas melakukan persiapan saat pra-*event* *customer gathering 2018*, seperti membuat desain *gate entrance*, kaos tim, umbul-umbul, banner, T-banner, *venue*, *stage*, dan *all layout*.

- g) Tim *artistic* : bertugas sebagai tim yang khusus membuat tata letak konsep yang sudah dibuat seperti *gate entrance*, foto *booth*, *booth selling*, *stage* dll.
- h) *Liaison Officer* : bertugas sebagai pendamping peserta pada acara hari ke-2 dan mengkoordinasi, agar peserta *customer* merasa aman dengan adanya LO
- i) *Runner* : bertugas sebagai penghubung diantara semua divisi untuk sesuatu yang sangat *urgent* seperti mencari kebutuhan divisi tertentu untuk berjalannya acara

**c. Pengembangan konsep *rundown*, *talent*, *artistic* dan *design***

Dalam pengembangan konsep, Tema *event* “*Customer gathering* 2018 Sinar Joyoboyo” adalah *gala dinner* dan Wisata Merapi kaliurang. *Event* ini dirancang dan dibuat secara matang dan berbeda dari tahun sebelumnya yang memiliki lokasi yang berbeda juga, mulai dari *talent*, *artistic* dan *design*. Mulai dari *talent* dan *artists* acara ini, Damai *production* mengambil *artist* dan *talent* asli Yogyakarta dan mengenalkan seni pertunjukan humor yaitu dari dagelan angkirngan jogja, humor magician dan band gank-x yang merupakan masih dalam 1 rekanan pekerjaan yang dibuat dalam satu script agar lebih menarik dan sesuai dengan segmentasi peserta.

- Konsep *rundown*

*Rundown* merupakan jadwal sebuah acara yang dibuat secara detail dan dihitung berdasarkan menit bahkan detik yang saat dibaca dapat memberi gambaran tentang jalannya sebuah acara dan dapat mempermudah tim kerja. Dibawah ini merupakan *rundown* yang dikerjakan oleh penulis pada *event Customer Gathering* 2018 Sinar Joyoboyo.

NO	TIME			ACTIVITY	PIC	AUDIO
	START	FINISH	DUR			
1	17.45	18.30	45'	<b>GUEST ARRIVAL</b> - Registrasi Peserta - Coffee Break Time - Display Booth - Photo Session	Team Registrasi & Usher Team Banquet Hotel Team Sales Joyoboyo Photographer	Sound Monitor Outside : Tradisional Jawa Backsound
2	18.30	19.30	60'	<b>GALA DINNER</b> - ( Voice Over ) Mc mempersilahkan peserta memasuki Ballroom - Usher mengarahkan peserta menuju meja sesuai dengan Nomor Meja - ( Voice Over ) Mc mempersilahkan peserta menikmati makan Malam - Peserta menikmati makan malam - Band Performance	MC1, Crew Stage Usher , Team Floor Crew Stage Team Banquet Hotel Stage Manager, Crew Stage	Tradisional Jawa Backsound Tradisional Jawa Backsound Tradisional Jawa Backsound Tradisional Jawa Backsound AUDIO BAND
3	19.30	19.40	10'	<b>MC OPENING</b> - MC mengucapkan selamat datang untuk seluruh peserta dan memperkenalkan diri - Mc Announce : Sebagai salah satu wujud rasa Terima Kasih Sinar Joyoboyo kepada seluruh Customer yang telah loyal bekerja sama, maka terwujudlah acara malam hari ini.. - Pemutaran Video FANFARE / BUMPER - MC meminta tepuk tangan dari seluruh peserta	Mc1, Mc2, Crew Stage Mc2, Crew Stage Stage Manager Mc1, Mc2, Crew Stage	Silent Silent Audio BUMPER Audio BUMPER
4	19.40	19.50	10'	<b>OPENING SPEECH</b> - MC mempersilahkan Bpk/lbu .... Untuk naik ke atas panggung - Bpk/lbu .... Speech - MC Mengucapkan Terima Kasih kepada Bpk/lbu .... Dan mempersilahkan beliau kembali ke tempat duduk - MC meminta tepuk tangan dari seluruh peserta	Usher, Floor Crew Crew Stage MC1, Mc2, Crew Stage, Usher , Floor Mc1, Mc2, Crew Stage	Silent Silent Silent Silent
5	19.50	20.05	15'	<b>MC BRIDGING</b> - MC Cit Cat ( Produk Knowledge Plastik Joyoboyo ) - MC Mengadakan Quiz Interactive berhadiah untuk 5 Peserta - MC Cit Cat ( Produk Knowledge Plastik Joyoboyo - Halal Tidak Halal - Asli Palsu ..... )	Crew Stage Crew Stage, Floor, Usher Crew Stage	Audio Band / Gimmick Audio Band / Gimmick Audio Band / Gimmick
6	20.05	20.35	30'	<b>HUMOR MAGICIAN</b> - MC announce 'mari kita sambut DEDDY CORBUZIER' ( sambil menunjuk ke Gate Entrance ) - Humor Magician memasuki Stage ( From Backstage ) - MC Cit Cat with HUMOR MAGICIAN ( Asli Palsu, etc ..... ) - HUMOR MAGICIAN Perform ( Di Iringi MC ) - HUMOR MAGICIAN Atractive ( Doorprize 1 Peserta ) - - HUMOR MAGICIAN Atractive ( Doorprize 9 Peserta ) - Amplop Di Bawah Bangku	Crew Stage Crew Stage Crew Stage Crew Stage Usher, Floor, Crew Stage Usher, Floor, Crew Stage	Audio Band / Fanfare Audio Band / Fanfare Audio Band / Gimmick Audio Band / Gimmick Audio Band / Gimmick Audio Band / Gimmick Audio Band / Gimmick
7	20.35	21.35	60'	<b>KETOPRAK ANGKRINGAN JOGJA</b> - Crew Ketoprak Angkringan Memasuki stage dan Interaksi dengan MC dan Humor Magician - Next On Script	Crew Stage Crew Stage	Audio Band / Gimmick Audio Band / Gimmick
8	21.35	22.00	25'	<b>MC CLOSING</b> - MC masuk di ending segmen Ketoprak Angkringan - MC menutup acara CU Next year ( Crew ketoprak masih di atas stage ikut di ending celebrate ) - Convery Machine ON - Band Performance ( 1st Song Melompat Lebih Tinggi - S07 ) - MC, CREW ENTERTAIN, PESERTA ikut bernanyi Next Song - by Songlist	Crew Stage Crew Stage Crew Stage Crew Stage , Floor	Audio Band / Gimmick Audio Band / Fanfare Audio Band / Fanfare AUDIO BAND

### ***Breakdown Rundown Hari-1 event Joyoboyo***

**Gambar 4.1 Rundown entertaint Hari ke-1**

- **Sabtu, 21 April 2018**
  - Kedatangan peserta
  - *Coffee Break*
  - *Gala dinner*
  - *Opening Speech by client*
  - *MC Bridging*
  - *Humor magician*

- Ketoprak angkringan Jogja
- MC *Closing, see you next day*
- Band Gank-x *perform closing*

**Bagan 4.2 breakdown rundown Acara hari ke-2**

NO	TIME			ACTIVITY
	START	FINISH	DUR	
1	06.00	07.00	60'	<i>Breakfast</i>
2	07.00	07.30	30'	Hotel – Lava tour
3	07.30	08.00	30'	Mini outbond
4	08.00	11.00	180'	Wisata lava tour Merapi
5	11.00	11.45	45'	Lava tour – Hotel
6	11.45	12.30	45'	<i>Check out hotel</i>
7	12.30	13.30	60'	<i>Lunch &amp; closing ceremony</i>

- **Minggu, 22 April 2018**

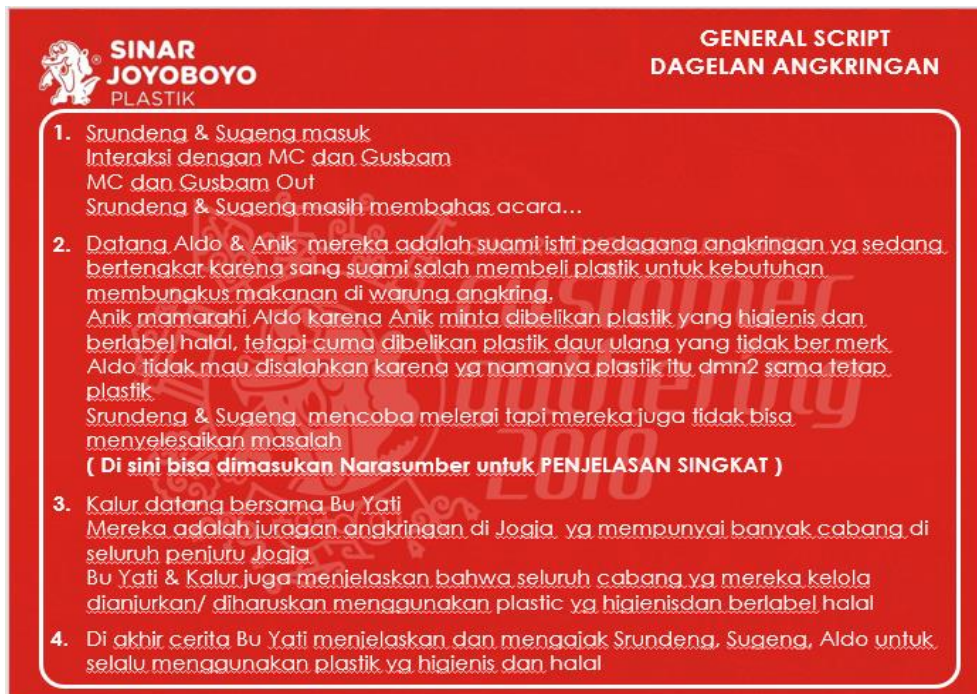
- *Breakfast*
- Perjalanan hotel-lava tour merapi
- *Mini outbond*
- Wisata lava tour merapi
- *Lava tour* menuju hotel
- Checkout Hotel

- **Talent dan pengisi acara *Customer Gathering 2018* :**

- MC (Alit jabang bayi & Fira sasmita)
- *Band Gank-x*
- Humor Magician (Gusabam iwak louhan)
- Ketoprak angkringan Jogja

**a) Membuat script untuk pertunjukan dagelan angkringan Jogja**

Dalam pembuatan script ini bertujuan untuk menyambungkan segmen 1 ke segmen yang lainnya untuk membuatnya lebih menarik penulis membuat sebuah script dengan tema bahasan angkringan



**Gambar 4.2 General script Dagelan angkringan**

**b) Membuat mekanisme games treasure hunt untuk peserta**

Pada acara hari ke-2 peserta akan menjalankan sebuah games yang sudah dibuat oleh pihak EO, berikut mekanismenya:



**MEKANISME :**

- PESERTA AKAN DI KELOMPOKAN PER JEEP ( 1 TEAM 4 PERSON )
- MASING – MASING TEAM AKAN MENDAPATKAN SELEBARAN TUGAS YG HARUS MEREKA PECAHKAN DARI MASING – MASING ( TUGAS DI TITIPKAN TEAM MELALUI MAING2 SUPIR JEEP )
- MISTERI YG HARUS DI PECAHKAN ADALAH, TEAM HARUS MENCARI STICKER YG TELAH DI SEBAR DI BEBERAPA TITIK PEMBERHENTIAN DAN MENGUMPULKANNYA MENJADI KALIMAT 'YES WE CAN'
- TITIK PENEMPATAN STIKER BERMACAM MACAM KONSEPNYA, ADA YG MELIBATKAN WARGA SEKITAR, ADA YG MEMANG SUDAH TEAM PANITIA CLUE KAN PENEMPATANNYA, BISA MELALUI WARNA MAUPUN BENDA YG MEMILIKI CIRI KHAS DI TITIK PEMBERHENTIAN TERSEBUT
- AKAN DI SIAPKAN 10 PEMENANG UNTUK GAMES TREASURE HUNT INI
- PENGUMUMAN AKAN DI LAKUKAN DI TITIK FINISH LAVA TOUR
- PENYERAHAN HADIAH DI LAKUKAN PADA SAAT LUNCH DI HOTEL. (CLOSING CEREMONY)

**PROPERTY TREASURE HUNT**




Gambar 4.3 Mekanisme game treasure hunt



**LAVA TOUR TEAM**




MC = MC MALE  
 LO PESERTA = 15 PERSON // @LO AKAN BACK UP 24 PERSON INVITATION  
 TOUR GUIDE = MASING – MASING BUS AKAN STAND BY 1 TOUR GUIDE  
 REGISTRASI = 5 PERSON // UNTUK MEMBANTU BERJALANNYA GAMES UNTUK TREASURE HUNT  
 TEAM OUTBOUND = KONSEN KE PEMANASAN SEBELUM LAVA TOUR, GAMES KECIL UNTUK MENCAIRKAN SUASANA DAN PEMBAGIAN TEAM UNTUK LAVA TOUR



- @LO AKAN BACK UP 6 TEAM ( 24 PERSON )
- UNTUK TEAM YG AKAN DI BACK UP LO, DI DAPATKAN BERDASARKAN PEMBAGIAN HASIL GAME OUTBOND
- @LO MEMILIKI CIRI KHAS WARNA, BENDERANYA, DAN PESERTA PUN AKAN DI BEDAKAN BERDASARKAN STICKER WARNA YG AKAN DI TEMPELKAN DI BAJU MASING2 PESERTA

Gambar 4.4 Mekanisme team Lava Tour

**c) *Artistic Customer Gathering 2018***

Sesuai dengan lokasi Yogyakarta, *artistic* pun menyesuaikan lokasi yang dipilih yaitu di Hotel Marriot yang berada tepat dibelakang salah satu mall terbesar dan terkenal di kota istimewa ini. Akses menuju lokasinya yang gampang dan di dekat jalan utama, serta ballroom hotel tersebut bisa menampung hingga 380 peserta, dan untuk pada acara ke 2 yang berlokasi di museum gunung merapi sehingga akses perjalanan pun tidak akan sulit dan memakan waktu yang banyak. Pada lokasi *venue* pihak EO membuat sebuah konsep “*red carpet*” setelah peserta registrasi, agar dapat di dokumentasi sebelum melakukan acara makan malam. Serta panggung dibuat dengan ukuran yang tepat untuk memudahkan para peserta melihat kegiatan diatas panggung.

**d) *Desain event Customer Gathering 2018***

Untuk desain *event* nya sendiri dibuat berbeda dari tahun sebelumnya, karena mengikuti ciri khas lokasi acara yang akan berlangsung sesuai dengan permintaan *client* mengikuti ciri khas Yogyakarta yang merupakan batik, becak, tugu, keraton, dan andong yang dituangkan dalam desain utama pada event ini. Dari desain undangan, *id card*, *souvenir*, desain presentasi, *floor plan*, *gates*, *venue*, *stage*, *banner*, *baligho* dll.





**Gambar 4.5 Desain event utama**

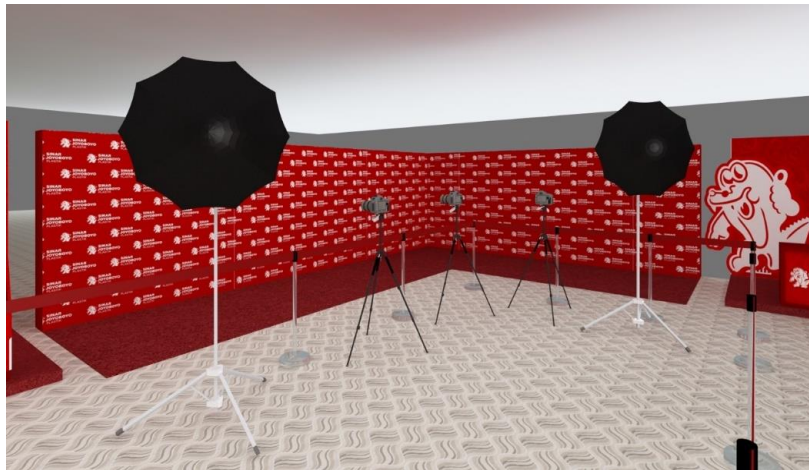


**Gambar 4.6 Desain gate in/out**

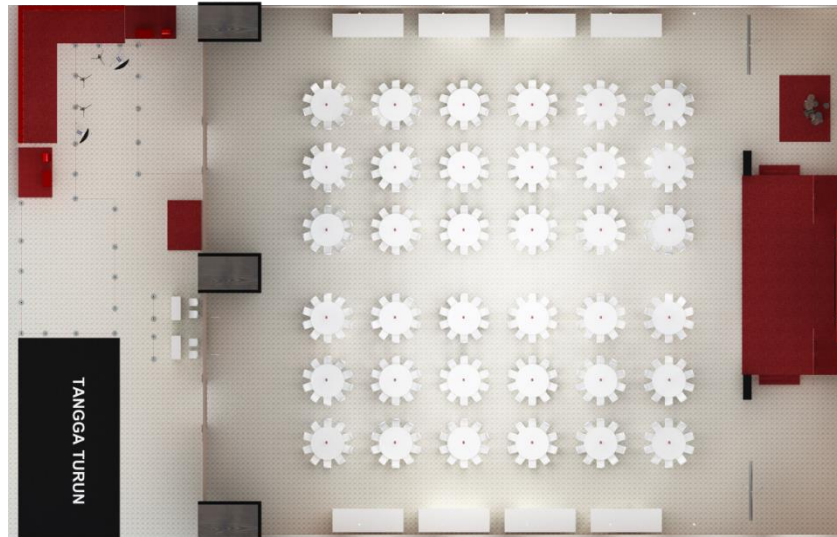




**Gambar 4.7 Konsep *dinner round table***



**Gambar 4.8 Tema *red carpet concept***



**Gambar 4.9** Desain *lay out all venue*

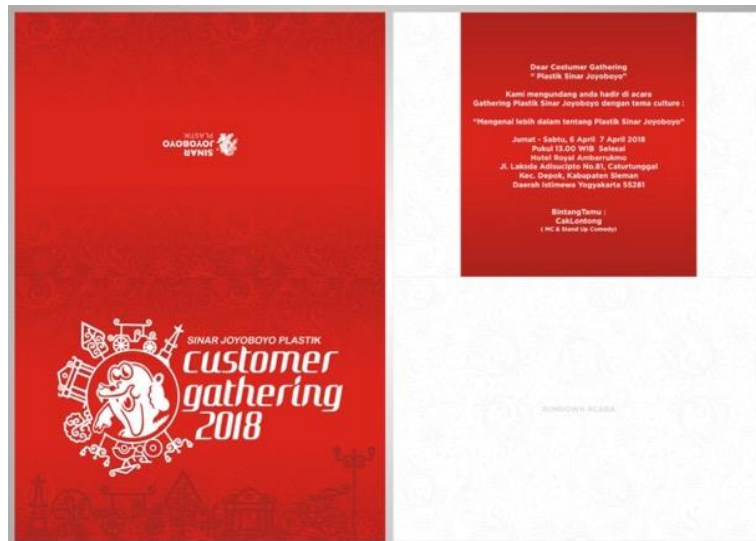
**d. Penentuan Tempat, Akomodasi, Konsumsi, Transportasi, Dokumentasi.**

Penentuan tempat begitu penting untuk sebuah acara dari skala kecil sampai skala yang besar, karena akan dapat menentukan tolak ukur bagaimana dan dimana tempat yang pas untuk dilangsungkan acara besok. Damai production memilih tempat berdasarkan dengan jumlah peserta yang sudah didata dan akan mengikuti event Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo pada tanggal 21-22 April dengan sejumlah peserta kurang lebih total 360 peserta dan undangan total 180, peserta yang terdaftar berasal dari daerah jawa tengah dan jawa timur, untuk mendapatkan sekitar kurang lebih 180 kamar yang tersedia pada tanggal 21-22 April, Damai production melakukan survey hotel di beberapa tempat sekitar Yogyakarta dan mempertimbangkan akses jalan yang mudah untuk diakses, dan akhirnya dengan segala pertimbangan pihak EO memilih Hotel JW Marriott yang notabene adalah salah satu hotel terbesar di Yogyakarta yang berdekatan dengan mall yang dekat jalan utama, pihak EO merekomendasikan hotel tersebut dengan client dan selanjutnya diurus oleh pihak client dari penyewaan kamar, ballroom,

hingga paket makanan selama acara itu berlangsung untuk acara tanggal 21-22 April.

**e. Sosialisasi Event**

*Client* melakukan sosialisasi *event* dengan cara penyebaran undangan ke peserta, undangan dibuat dengan bentuk paket yang berisi souvenir (T-shirt, handuk, dan topi) dengan *branding* logo PT. Sinar Joyoboyo. Peserta yang terdaftar dalam *event Customer Gathering 2018* adalah para pelanggan yang telah ditentukan oleh Sinar Joyoboyo.



**Gambar 4.10 Desain Undangan**



**Gambar 4.11 Jenis Souvenir Dalam Undangan**

## **2. Event**

Pada tahap pelaksanaan *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” yang berjalan pada tanggal 21-22 April 2018 yang berlokasi di hotel Marriott dan Lava tour merapi, semua tim bekerja di lapangan hingga *event* selesai. Pihak *event Organizer* PT. Damai Kreasi Cipta (Damai production) pada tahap pelaksanaan *event* ini mengerahkan total 40 *man power* atau panitia, yang terdiri dari 7 orang PIC (*person in charge*) dari tim Damai Production, dan 33 *volunteer* yang telah direkrut oleh pihak Damai Production dari kalangan *freelancer* dan mahasiswa. Dalam prosesnya, PIC merupakan koordinator *event* yang mengawal seluruh rangkaian dari awal sampai akhir acara dan berkordinasi 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* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” di Hotel JW Marriott dan *Lava Tour Merapi* :

**a. Penjelasan *Content Event***

**Pelaksanaan *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” Sabtu, 21 April 2018**

- Acara pertama adalah diawali dengan dibukanya registrasi peserta sebelum memasuki acara *gala dinner*, setelah melakukan registrasi, peserta akan diarahkan untuk melakukan foto sesuai kupon yang sudah diberikan saat registrasi, sembari menunggu giliran, peserta diberikan *coffee break* untuk dinikmati
- Acara kedua, peserta yang sudah registrasi dipersilahkan untuk masuk kedalam *ballroom* melalui *voice over* MC dan menempati tempat duduk sesuai dengan nomor yang diberikan saat registrasi, setelah menemukan tempat yang sesuai, peserta dipersilahkan untuk menikmati hidangan makan malam sembari diiringi musik dari band Gank-x.
- Acara ketiga, *opening* acara *by* MC yang mempersembahkan terwujudnya acara “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” dan dilanjutkan dengan MC *chit chat* sebelum melakukan *opening ceremonial* oleh perusahaan PT. Sinar Joyoboyo Plastik.
- Acara keempat, MC mempersilahkan perwakilan dari Sinar Joyoboyo untuk melakukan *opening speech*, oleh Bapak Himawan selaku CEO dari Sinar Joyoboyo plastik. Kemudian dilanjutkan dengan pemotongan pita sebagai simbolis terwujudnya acara ini, tepat di stage dan ditemanis jajarannya
- Acara kelima, MC melakukan *bridging* dan *gimmick* dengan membuat pertanyaan dengan total memberi 5 hadiah, dengan jenis hadiah seperti blender portable, dan speaker portable yang berhubungan dengan kepentingan sehari-hari, *gimmick* yang dibuat oleh MC dan salah satu *bridging* seperti games kecil-kecilan dengan mengumpulkan orang dan diberi tantangan dengan tujuan untuk memeriahkan acara tersebut.

- Acara keenam, adalah acara hiburan yang diisi oleh konten humor *magician* a Gusbam iwaklouhan, acara hiburan ini disesuaikan dengan segmentasi acara yang lebih condong ke arah keluarga, dan agar lebih familiar, humor *magician* dengan konsep yang menunjukkan sulap tidak serius, seperti contoh membocorkan teknik pesulap yang bisa mengubah warna air hanya dengan menutup gelas dengan kain biasa dan cenderung ke lucu, konten humor *magician* pada saat akan .
- Acara ketujuh, dilanjutkan dengan konten *entertaint* yaitu Ketoprak Angkringan Jogja merupakan konten utama acara *gala dinner* di *event* ini, yang dapat dinikmati dengan sesuai segmentasi umur peserta customer gathering 2018, dan lebih familiar dengan peserta yang berasal dari Jawa tengah dan Jawa timur. Pemain ketoprak angkringan jogja dengan ciri khas nya menggunakan bahasa jawa, dan juga terdapat gerobak angkringan sebagai ciri dari pertunjukan tersebut, dan pada saat pemain humor *magician* masih bermain diatas panggung, salah satu talent dari ketoprak angkringan masuk dan langsung memotong acara humor *magician* itu dengan cara mengusir tapi dengan candaannya, karena 2 konten pada acara *gala dinner* itu sudah dibuat secara matang dan tersambung agar lebih menarik dan dapat dinikmati penonton dengan lebih santai. Pembahasan segmen ini dikaitkan dengan produk *knowloedge* perusahaan yaitu plastik yang sudah terverifikasi halal dengan kualitas produk terjamin, dan tentu saja ditampilkan dengan artistic yang sesuai penjual angkringan dengan pembicaraan yang humor dan menarik.
- Acara kedelapan, MC memasuki *stage* saat acara Ketoprak Angkringan Jogja masih *performing* diatas panggung, MC masuk dan memberi penjelasan mengenai produk plastik yang sehat dari Sinar Joyoboyo itu, setelah itu MC *closing* dan mengucapkan



terimakasih dan penutup nya adalah band Gank-x memainkan lagu penutup yaitu sheila on7 yang berjudul melompat lebih tinggi, *conventy machine on* saat band mulai memainkan musik nya.



**Gambar 4.12 Humor Magician**



**Gambar 4.13 Dagelan Angkringan Jogja**

### **Pelaksanaan *event* pada hari ke-2 tanggal 22 April 2018**

- Acara pertama, dilakukan morning call oleh pihak hotel untuk bersiap-siap mengikuti acara hari ke-2, setelah itu peserta diarahkan untuk menikmati sarapan yang sudah disediakan oleh restoran hotel.
- Acara kedua, peserta diarahkan oleh LO untuk menempati transportasi bis yang sudah di sediakan berjumlah 7 unit, didalam bis terdiri dari 2 orang LO untuk menemani peserta selama acara hari ke-2 ini selesai
- Acara ketiga, sesampainya di musium gunung merapi, peserta diarahkan oleh LO masing-masing bis untuk menempati mobil jeep yang sudah disediakan, 1 mobil jeep hanya diisi 4-5 orang dengan total 95 unit jeep sudah *stay* di musium gunung merapi untuk mengikuti *lava tour* merapi. Karena unit jeep yang terlalu banyak, keberangkatan dibagi menjadi 9 kloter, yang dimana 1 kloter terbagi atas 9 unit mobil jeep, dengan jangka waktu keberangkatan 3 menit/kloter.
- Acara keempat, tempat pemberhentian titik pertama adalah musium sisa hartaku, semua peserta didampingi dengan masing-masing LO yang sudah dibagi pada awal keberangkatan bis. Disana peserta diberi waktu selama 20 menit untuk melihat semua lokasi yang berada di titik pertama.
- Acara kelima, titik selanjutnya adalah batu alien, sama seperti sebelumnya peserta dipersilahkan untuk melihata atau berfoto ria, jika waktu sudah 20 menit, peserta akan dipersilahkan untuk menaiki mobil jeep nya masing-masing.
- Acara keenam, titik terakhir adalah *bunker* kaliadem sebelum kembali ke musium gunung merapi, disini peserta melakukan sesi foto bersama dengan semua peserta, setelah melakukan foto bersama peserta diarahkan kembali menuju jeep masing-masing untuk pulang.
- Acara ketujuh, sesampainya dimusium gunung merapi, peserta diarahkan untuk masuk kedalam bis masing-masing sesuai dengan keberangkatan, peserta diberi *snack* dalam perjalanan pulang menuju hotel. Sesampainya di hotel peserta diarahkan untuk membersihkan diri dan melakukan *check*



out, kemudian mereka diarahkan untuk menikmati makan siang tepat di depan *ballroom*.

- Acara kedelapan, sembari peserta menikmati makan siang di *ballroom* hotel, dilanjutkan dengan acara *quiz* yang dipandu oleh MC Alit jabangbayi dan Gusbam iwaklouhan sebagai prosesi penutupan acara “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*”



**Gambar 4.14 acara hari ke-2**



**Gambar 4.15 Closing Ceremony dipandu MC**

## **b. Koordinasi**

Pada koordinasi *event* memerlukan berbagai keahlian agar menjadi acara yang sukses dan kemudian mampu mengangkat citra perusahaan. Pihak-pihak yang akan terlibat dalam *special event* adalah pemasar, penulis, bagian hiburan, bagian musik, bagian grafik, dan bagian dekorasi. Seorang manajer sebuah acara harus mampu mengkoordinasi pihak-pihak ini agar dapat bekerja secara profesional dengan satu tujuan yang sama, yaitu menghasilkan acara yang sukses. Dalam koordinasi *event*, meliputi :

- Keterlibatan Tim Teknis Lapangan.

Damai Production menggelar *event Customer Gathering 2018* ini, bekerjasama dengan beberapa yakni dalam hal lighting, dekorasi panggung, soundsystem dan juga pihak penyewaan jeep. Dalam hal lighting dari tim profesional atau tim supplier lighting, peran dari lightingman dalam sebuah *event* berpatokan pada rundown acara, sehingga dapat mengetahui kapan lampu terang, redup, hingga mati.

Dekorasi dalam sebuah event juga memengaruhi penampilan dari *event* tersebut, dekorasi yang dipilih dicocokkan dengan tema dan layout yang sudah dibuat pada jauh-jauh hari. Pada *event* ini Damai production sudah mempunyai vendor tetap yang selalu mendukung setiap acara yang dikerjakan Damai Production.

- Alur Koordinasi Pihak Internal dan Pihak Eksternal

Adapun fase koordinasi, meliputi komunikasi yang aktif antar panitia dan klien, Damai Production menciptakan komunikasi yang aktif dan melakukan meeting rutin yang membahas mengenai perkembangan *event* yang akan digelar.

Selain komunikasi aktif dengan panitia dan klien, komunikasi aktif dengan talent dan vendor yang terlibat dengan alur sebagai berikut :

- 1) Membuat janji temu melalui via whatsapp untuk melakukan pengajuan kerjasama, setelah kedua belah pihak bertemu secara

langsung, pihak damai production dapat membuat koordinasi detil jadwal acara.

- 2) Membuat perjanjian tertulis dengan jelas (MoU) dengan menyiapkan berbagai ketentuan kontrak untuk disepakati.
- 3) Memastikan kedua belah pihak saling memahami produk atau layanan yang akan dan tidak akan digunakan saat *event* berlangsung.
- 4) Damai production selalu memberikan update dan konfirmasi lanjutan mengenai *event* yang akan berlangsung.

### **c. Menjalankan Fungsi Tim**

Pada saat berlangsungnya *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” 21-22 April 2018 di Hotel JW Marriott dan *lava tour* merapi yang diadakan oleh *event organizer* Damai Production, tugas utama penulis yang dibantu oleh panitia lain adalah sebagai *show manager*, yang tugasnya meliputi :

- 1) Melakukan komunikasi dengan manajemen artis tentang kesiapan konten acara.
- 2) Melakukan *meeting* dengan *all talent* yang tergabung pada acara hari pertama, dan membahas konsep yang akan dibuat nantinya.
- 3) Konfirmasi dengan manajemen Band dengan lagu yang akan dibawakan pada saat *event*.
- 4) Melakukan *meeting* dengan *all crew* mulai dari LO, *stage crew*, *floor crew*.
- 5) Melakukan konfirmasi dengan pihak penyewaan jeep dan mobil ambulan pada hari Minggu, 21 April 2018 mengenai unit jeep yang akan digunakan.
- 6) Melakukan kordinasi dengan *stage crew* mengenai kesiapan *talent* dan ruang tunggu untuk *artist*.
- 7) Menyetak *cue card* dan *rundown* untuk MC dan *all crew* pada saat sebelum acara.
- 8) Melakukan konfirmasi *floor crew* yang berada di registrasi, mengenai peserta yang belum terdaftar.

- 9) Melakukan konfirmasi untuk kesiapan tim foto *booth* untuk *red carpet concept*.
- 10) Mempersiapkan kelengkapan atribut semua panitia *event* berupa kaos dan *co-card* panitia.

### **3. Pasca Event**

#### **a. Evaluasi All Crew**

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. Damai Production sebagai EO yang menangani *event* “Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo” tanggal 21-22 April 2018 di Hotel JW Marriott dan *Lava tour* merapi, melakukan evaluasi dengan seluruh panitia dan PIC. Damai Production melakukan evaluasi dengan cara menanyakan langsung dengan *crew* setiap divisi yang tergabung dalam *event* ini. Evaluasi membahas mengenai kendala apa saja yang terjadi selama berjalannya *event* ini, yang bertujuan untuk mengumpulkan umpan balik dan belajar memperbaiki kekurangan untuk kedepan lebih baik dari acara yang sudah terjadi, dan melakukan penilaian terhadap apa saja yang kurang dari *event* ini agar lebih sukses pada pelaksanaan *event* selanjutnya.

### **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 “Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo” Dalam rangka *event* tahunan PT. Sinar Joyoboyo oleh PT. Damai Kreasi Cipta”, *event* ini

dilaksanakan pada hari Sabtu dan Minggu, 21-22 April 2018 di hotel JW Marriott dan *Lava Tour* Merapi.

*Event* pada tahun ini berlokasi di DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta) yang mempunyai banyak ciri khas dari wisata kuliner, hingga wisata alam yang membuatnya menarik, dengan memberikan konten acara yang menarik dan bisa lebih santai untuk dinikmati semua kalangan umur.

Sebagai *event organizer* yang bergerak dalam *event* bisnis atau MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*) Damai *Production* menjadi perencana dan pengelola *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” dalam mengemas konsepnya, mengacu pada *event guide line* dan mempertimbangkan tujuan komunikasi untuk pemasaran perusahaan. Menurut penulis terdapat 3 unsur yang diperhatikan dalam penyelenggaraan *event* :

- ***Enterprise***

Diartikan sebagai kesiapan untuk menanggung resiko atau mencoba sesuatu yang belum pernah dicoba. *Event* yang menuntut pengembangan akal, berlayar, tanpa diberi petunjuk arah, mengubah cara-cara yang biasa menjadi cara yang lebih imajinatif. Inilah kreativitas dan inovasi yang harus selalu ada dalam pembuatan konsep *event*.

- ***Entertainment***

Kunci keberhasilan pemasaran *event* adalah mampu menyediakan hiburan yang menarik untuk *audiens* dengan memberikan konten yang pas sesuai segmentasi target.

- ***Excitement***

Hal ini adalah kunci agar *event* yang diselenggarakan selalu dikenang, mengesankan dapat menciptakan dengan cara memberi penghormatan (*award*) dari perusahaan terhadap karyawan/*customernya*.

**a. Pra-Event**

Di tahap ini penulis melaksanakan *job desk* sebagai *show management* yang bertugas untuk membuat dan mempersiapkan *Rundown event*, membuat konten acara, melakukan *survey* lokasi, perijinan lokasi untuk *event*, menyiapkan *man power* untuk kegiatan *event*. Dalam mempersiapkan *event*, penulis melibatkan tim untuk fokus pada keahlian masing-masing dan pengetahuan terhadap *event*. Lalu pada *rundown event*, penulis bersama tim mempersiapkan konsep dengan konten yang menarik dan membahas secara bersama dengan *talent* yang akan tampil pada saat acara. Penulis mempersiapkan dan menyusun konten yang berbeda dalam 2 hari *event* sesuai dengan permintaan *client*

**b. Event**

Selama dua hari pada *event* tersebut, penulis mendapatkan *job desk* sebagai *stage manager*. Pada tahap ini penulis bertugas memantau, mengkoordinasi tim, mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan *event*. Pada tahap ini ada kesalahan dalam perkiraan hitungan peserta di acara *gala dinner*, yaitu terdapat *over quantity* peserta, jadi masih ada peserta yang belum mendapatkan tempat duduk, tapi masalah dapat diatasi dengan penambahan kursi dan meja *emergency* dari pihak hotel. Masuk di hari ke 2 ada satu konten yang *dicancel* dan sengaja tidak diadakan yaitu konten *games treasure hunt* dan mengubah ke *plan B*, yang dimana games itu peserta diharuskan mencari dan menyusun clue yang sudah tertera dalam kertas yang akan dibagikan pada hari itu. Tidak diadakannya konten ini karena *client* melihat dan mempertimbangkan waktu permainan, tidak hanya waktu segmentasi usia yang diperkirakan pada saat penulis membuat konsep ini jauh dari yang diperkirakan,

kesepakatan ini dibuat antara *client* dan pihak EO untuk menghapus konten ini dari acara hari ke 2.

**c. Pasca-Event**

Pada tahap ini penulis melakukan reporting pada saat *meeting* dengan *all team*, evaluasi berlangsung setelah selesai acara pada hari Minggu, 22 April 2018. Evaluasi dapat dilihat dari kurangnya kinerja kekompakan tim pada hari ke-2.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Setiap *event* yang diselenggarakan berpotensi menimbulkan resiko yang beragam, yaitu segala hal yang harus dikendalikan sehingga penyelenggaraan *event* dapat berjalan dengan lancar. Resiko *event* merupakan peluang bisnis bagi penyelenggara *event* apabila dapat mengelola resiko dengan baik, karena tidak EO dapat mengelola resiko dengan baik. Pengelolaan resiko yang baik akan menghasilkan *event* yang sukses. Proses *event* “*Customer Gathering 2018 Sinar Joyoboyo*” yang meliputi Pra-*event*, kegiatan *event*, sampai dengan pasca-*event*. *Event* ini bekerja secara lancar sesuai dengan tahapan dari bab 1-5.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, saran penulis adalah :

- **Konsep**

Untuk pengembangan konsep yang lebih lanjut, maka *event* pada tahun ini diselenggarakan di tempat yang berbeda dari tahun sebelumnya yaitu di kota Magelang, dan pada tahun diselenggarakan di Jogjakarta, agar peserta tidak jenuh dan monoton, konten dari acara tahun ini diisi dengan *full entertaint* pada hari pertama, dan hari kedua peserta mengikuti kegiatan *lava tour* ke merapi. Dari segi konsep pihak EO lebih mementingkan persetujuan dengan *client* untuk membuat konten yang sesuai, dan juga lebih melihat segmentasi usia yang akan menjadi peserta, agar konten bisa diterima dengan segmentasi tersebut

- **Persiapan**

1. Lebih memperhatikan kebutuhan saat akan terjadinya perubahan *planning* dari A ke B, agar tidak terjadi kesalahan yang fatal



2. Perlunya mematangkan konsep pada saat *meeting* dengan *man power* agar tidak salah untuk melakukan tugasnya
3. Mencari *talent/Artist* dijauh jauh hari dan membuat konsep yang pas dengan segmentasi peserta
4. Tidak usah menambahkan konten yang tidak perlu dan yang tidak sesuai dengan segmentasi peserta

- **Pelaksanaan**

1. Melakukan pengecekan terhadap peserta yang membawa orang diluar undangan, agar menyesuaikan tempat duduk yang sudah diatur dengan planning pertama.
2. Panitia harus disiplin waktu, sesuai janji yang sudah disepakati pada saat *meeting all crew*.
3. Lebih memperhatikan ruangan untuk *artist* dan *talent* agar dapat beristirahat dan berganti baju.
4. Lebih memikirkan kemungkinan lain saat acara tidak berjalan sesuai dengan konsep awal dibuat.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, A. Waris Oemi. (2001) Dasar – dasar *Public Relations*. Bandung : Citra Aditya.

Ardianto, Elvinaro. (2009) *Public Relations* Praktis, Edisi Pertama. Jakarta : Widya Padjajaran.

Any, Noor. (2009) *Manajemen Event*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_, (2013) *Manajemen Event* : Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta

Bambang, Herimanto, dkk. (2007) *Public Relations* Dalam Organisasi. Yogyakarta: Santusta

Beatrix, Sofie. (2006) *I Love to Organize*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Canfield, Bertrand R. (1964) *Public Relations Principles, Cases and Problem :Fourth Edition*, Richard D. Irwin, Inc. Home, Illinois.

Effendy, Onong Uchjana. (1993) Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti

Hafidz, Ibnu Novel, (2007) *A I U E O* : Mengulik Bisnis *Event Organizer*. Yogyakarta : Gava Media

Kriyantono, Rachmat. (2008) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana

Moore, H, Frazier. (2004) *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Nova, Firsan. (2011) *Crisis Public Relations*. Jakarta : Raja Grafindo Persada

Rumanti, M.A. (2005). *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Edisi ketiga. Jakarta: Raja Grasindo Persada

Ruslan, Rosady. (2005) *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada

\_\_\_\_\_, (2008) *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Sulaksana. (2003) *Integrated Marketing Communications*, Teks dan Kasus.  
Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Website

<https://www.damaiproduction.co.id/>

<https://www.creasi.co.id/profile/3103>

## LAMPIRAN

### **KEGIATAN *EVENT***

















## DAFTAR NAMA PESERTA

NAMA TOKO	NAMA CUST	NAMA CUST
ANUGERAH,TK	Suradi	SUNARDI
DERMI/DEMI		
EDDY GIANTONO	Eddy Giantono Any Kusrini	EDDY GIANTONO ANY KUSRINI
GLORIA AMBARAWA	Yakobus Andi Setiawan Lyly Lidiawati	YAKOBUS ANDI SETIAWAN LYLY LIDIAWATI
HARJONO-NGADIREJO	Suharjana	SUHARJANA
HARUM SARI	Nevil Susanto Ario	NEVIL SUSANTO ARIO
KARYADI	Nofa Setyawan Laily Rahmawati	NOFA SETYAWAN LAILY RAHMAWATI
KWOK YU,BP	Candra Santoso Yuliani Ningsih	CANDRA SANTOSO YULIANI NINGSIH
LUKMAN	Nuroqim Beny Handoko	NUROQIM BENY HANDOKO
ME ME	Gak ikut lava tour	TIDAK IKUT LAVA TOUR
MULIA / MULYO	Natalia Yona Charis Kurniawan	NATALIA YONA CHARIS KURNIAWAN
SARI MANIS (multisari)	As'ari Tjhui Ha Edy Hariady, SE	AS'ARI TJHUI HA EDY HARIADY, SE
SUMBER WANGI	Willy Adyanto Nafia Sudjana	WILLY ADYANTO NOFIA SUDJANA
TAN, TK	Tidak Ikut lava Tour	TIDAK IKUT LAVA TOUR
TAUFIK LISTIYONO	Taufik Listiyono Wahyu Dwi Lestrai	TAUFIK LISTIYONO WAHYU DWI LESTARI
TIMBUL SARI,TK	Andi Sukatam Tanti Parida	ANDI SUKATAM TANTI PARIDA
TRI	Triyanto Zainiyah	TRİYANTO ZAINIYAH
YANTO (A)	Marwiyah Pardiyanto	MARWIYAH PARDIYANTO
SERBA MURAH	Trivina Rini Kurniati Yehude Pratama Susena Naftali Afif Susena	TRIVINA RINI KURNIATI YEHUDE PRATAMA SUSENA NAFTALI AFIF SUSENA
SERBA MURAH Kamar 2	Heri Cahyono	HERI CAHYONO

	Anita Boni Damayanti Josiah Ryan Adelina Putri	ANITA BONI DAMAYANTI JOSIAH RYAN ADELINA PUTRI
MUT/UJAH	Sri Mudaningsih Marsudi	SRI MUDANINGSIH MARSUDI
MAJU JAYA	Antonius Eko Saputro Nita Setyati Livya Carla	ANTONIUS EKO SAPUTRO NITA SETYATI LIVYA CARLA
SAMUDRA PLASTIK	Prijantono Denny Tendy	PRIJANTONO DENNY TENDY
ABI,BP	Widiyanto Dwi Mayang Kurniawati Muhammad Abiansyah Ibrahim Attasrsyah Albukhori	WIDIYANTO DWI MAYANG KURNIAWATI MUHAMMAD ABIANSYAH IBRAHIM ATTASRSYAH ALBUKHORI
ANEKA BARU	Su Fong Candrayung . Tjin Jessy Cindy	SU FONG CANDRAYUNG TJIN JESSY CINDY
WILLY,BP/TK PUTRA SA	Willy Budi Cahyadi Ely Kurniawati	WILLY BUDI CAHYADI ELY KURNIAWATI
GANANG	Nurbianto Rinta	NURBIANTO RINTA
YANG YANG PLASTIK	Con man Kiong Then elly Merlin Melsa	CON MAN KIONG THEN ELLY MERLIN MELSA
ANEKA JAYA	Tjang ji sian Tjong Lim Mery Tjing jat	TJANG JI SIAN TJONG LIM MERY TJING JAT
BINTANG/HASAN	Agustin Candra Arsetya Hasan Ash Ari	AGUSTIN CANDRA ARSETYA HASAN ASH ARI
SURYA PLASTIK	Trisiamti Tjun Fuk Marsono Devi	TRISIAMTI TJUN FUK MARSONO DEVI
SUGIMIN/DAKOCAN	Dwi	DWI
ALAM SARI (MULSA)	Ledy Apit	LEDY APIT

ATUN	Jiyono Sriyatun	JIYONO SRIYATUN
HENY,BU	Wibowo Kurniawan Heni Susanti	WIBOWO KURNIAWAN HENI SUSANTI
DAMAI/LIEM HWAT NIO		
RISKI, TK	Dwi Hariyati Suyatno	DWI HARIYATI SUYATNO
AHMAD	Ahmad yani Pyan Fawajah Rasyid	AHMAD YANI PYAN FAWAJAH RASYID
ANEKA PL/SUGENG	Sugeng Riyadi Dwi Andriyani	SUGENG RIYADI DWI ANDRIYANI
BJ/BINTANG JAYA	Jonathan Ryan Virtanto Tan Tjin yan	JONATHAN RYAN VIRTANTO TAN TJIN YAN
GUNUNG MAS	Endhin Efendi Prastya Filastioningrum	ENDHIN EFENDI PRASTYA FILASTIONINGRUM
HARUM MANIS	Ngui Phin PO Wendy Wijaya	NGUI PHIN PO WENDY WIJAYA
HERMAN	Herman Wiharto Uswatun Khasanah	HERMAN WAHARTO USWATUN KHASANAH
INTAN JAYA	Tidak ikut lava tour	TIDAK IKUT LAVA TOUR
KEZIA,BP	Tidak Ikut Lava Tour	TIDAK IKUT LAVA TOUR
KUDA TERBANG(PRSH.KT)	Suhartono Yulia Gunawan	SUHARTONO YULIA GUNAWAN
LINA PLASTIK	Maylina Kardiman Anak 1 Anak 2	MAYLINA KARDIMAN ANAK 1 ANAK 2
MAR	Hendi Purnomo Marfungah Rasya Restu Aprilian Rayyan Restu Alfarezel	HENDY PURNOMO MARFUNGAH RASYA RESTU APRILIAN RAYYAN RESTU ALFAREZEL
MITRA JAYA	M. Alfin CAM	M ALFIN CAM
MITRA SARI	Deddy Satria cam	DEDDY SATRIA CAM
MULIA LESTIKA PLASTI	Puji Lestari Eka Nurcahyo Nerva Lakeisha Lestika	PUJI LESTARI EKA NURCAHYA NERVA LAKEISHA LESTIKA
MULTISARI	Sri Anindyawati Rini Setyowati	SRI ANINDYAWATI RINI SETYOWATI
NONO/ANEKA PL	Mujiono Ni'matul Imtiyaz	MUJIONO NI'MATUL IMTIYAZ

	Masrifah Ari Setiawati Anggita Hapsari Labib Musyafa	MASRIFAH ARI SETIAWATI ANGGITA HAPSARI LABIB MUSYAFA
PAGODA PL	Hendri lukman Erica Sella Davin	HENDRI LUKMAN ERICA SELLA DAVIN
PARDI	Imam Supardi Wasinen	IMAM SUPARDI WASINEM
PJ BERSAUDARA	Rencana datang 3 orang	RENCANA 3 ORANG
SARI UTAMA	Mechael Joe Putra Evi Kim Eric Fernando Jason fernando	MECHAEL JOE PUTRA EVI KIM ERIC FERNANDO JASON FERNANDO
SATRIA PLASTIK		
SJP/AHMAD JANAN		
SLAMET/DENIAS		
SOETIONO	Setiyono Sri Masiroh Dita Anam	SETIYONO SRI MASIROH DITA ANAM
SUBUR PLASTIK/FAUZIA	Fauziatun	FAUZIATUN
SURGIANTO	Surgiyanto Siti Bandiyah	SURGIYANTO SITI BANDIYAH
WAHYU	Puji Wahyuni Astabiq Khoiru Ramdani	PUJI WAHYUNI ASTABIQ KHOIRU RAMDANI
YANI PLASTIK,TK / BP	Wandriyani Hanni Fadhilah	WANDRIYANI HANNI FADHILAH
YULIANI PL	Suseno Dina Fadilah	SUSENO DINA FADILAH
ANAK AYAM, TK	Djoko Santoso Kiem Lan	DJOKO SANTOSO KIEM LAN
YOBEL		
YANTO	Ardi Putranto	ARDI PUTRANTO
SRI SUWANTO	Alan Juanda Joko Purwadi Sri suwanto Dayani	ALAN JUANDA JOKO PURWADI SRI SUWANTO DAYANI
SUJI/UJI	SujiWati Zainul Marom	SUJIWATI ZAINUL MAROM

RIDWAN PLASTIK	Iwan Ridwanuloh Mumu Haror mubarak	IWAN RIDWANULOH MUMU HAROR MUBAROK
YUNI, BP / SURYA ABA		
ABADI	Tidak Ikut Lava Tour	TIDAK IKUT LAVA TOUR
ANDRI/BERKAH,TK	Konfirmasi	KONFIRMASI
ROSE GOWOK	Yanuar indarto Yulia indrawati	YANUAR INDARTO YULIA INDRAWATI
NURJANAH,BU/PANGGIH,	RR Siti Nurjanah Panggih	RR SITI NURJANAH PANGGIH
YOBEL GEJAYAN	Tidak Ikut Lava Tour	TIDAK IKUT LAVA TOUR
SUMBER HIDUP	Tidak Ikut Lava Tour	TIDAK IKUT LAVA TOUR
DIKA,BP	Kundarto Hajari Haryuniati	KUNDARTO HAJARI HARYUNIATI
HASBUNA		
SULUS	Sulus Taryono Suharsono	SULUS TARYONO SUHARSONO
BAGONG / WARDI	Wardi Siti Nurhamidah Chirul fatim Ummu Zakiyah	WARDI SITI NURHAMIDAH CHIRUL FATIM UMMU ZAKIYAH
INA	Khafid Imronah	KHAFID IMRONAH
ASIA PLASTIK	Yohanna Evie Lusiana Dewi Yonathan Edy Soegijanto	YOHANNA EVIE LUSIANA DEWI YONATHAN EDY SOEGIJANTO

## FORMULIR PENILAIAN

Nama Instansi / Perusahaan : Pt. Damai Kreasi Cipta  
 Nama Penilai : Diantoro Riyadi  
 Jabatan : HRD  
 Alamat Kantor / Perusahaan : Jl. Sukoharjo 125 C, Congrat, Sleman  
 Nomor Telephon : 0857 2506 1184 / 087839418118  
 Nama Mahasiswa yang dinilai : Han Farhan  
 PKL/ Magang di bagian : Show Director  
 Mulai PKL/ Magang Sejak : 9 Februari - 9 April 2018

Jenis Kemampuan	Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna **				
	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Sangat Kurang
Komunikasi		✓			
Kerjasama		✓			
Kemandirian		✓			
Kreativitas		✓			
Kemampuan menggunakan alat modern		✓			

\*\* Mohon diisi dengan tanda V pada kolom isian diatas

Komentar lain / saran – saran :

- Tingkatkan komunikasi
- Terapkan Leadership mulai saat ini
- Disiplin waktu dipertemuan dan ditingkatkan

Penilai



(Diantoro Riyadi)

Tanda Tangan & Cap Instansi / Perusahaan

20

**Damai  
Kreasi  
Cipta**