

## BAB II

### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Penelitian terdahulu digunakan sebagai pedoman dasar pertimbangan maupun perbandingan bagi karya ini sebagai bentuk upaya untuk memperoleh arah dan kerangka berpikir. Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang perancang gunakan sebagai acuan:

Tabel 2.1 Tinjauan Karya Terdahulu

Nama, Peneliti/ Tahun	Rizky Seftia Nadzir Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) (2018)	Febrian Miarppa K Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2016)	Tinjauan Karya Perancang (2020)
Judul Penelitian	<i>Special Event</i> sebagai Komunikasi Pemasaran PT. Telkom Akses dalam Mempromosikan Produk Indihome	Perancangan Sepeda Motor Roda Tiga untuk Kaum Difabel	Perancangan <i>Event Workshop</i> “Aku, Jiwaku dan Covid 19”
Teori dan Konsep	Teori <i>Event</i> , <i>Special Event</i> , Jenis <i>Event</i> , Tipe <i>Event</i> , Elemen-	Penelitian ini menggunakan Teori <i>Special</i>	Penelitian ini menggunakan <i>Special Event</i> , Macam-

	elemen <i>Event</i> dan Teori Sikap	<i>Event</i> , dan <i>Event Management</i>	Macam <i>Event</i> ,
Metode	Menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, questioner, observasi, studi dokumentasi, FGD	Penelitian ini menggunakan identifikasi masalah, metode kreatif	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam bentuk penyebaran kuisioner
Hasil	Mengetahui bagaimana <i>special event</i> sebagai komunikasi pemasaran dalam mempromosikan setiap produk, maupun kampanye.	Membuat rancangan redesain kamu difabel dengan cacat kaki dan dapat berpergian	Untuk memberikan pengetahuan terkait kesehatan mental, dan cara mengatasinya di saat situasi pandemi ini.

## 2.2 Konsep

### 2.2.1 Special Event

*Special event* didefinisikan sebagai berikut:

*A special event is an event of which usually produce to gain favorable attention in media for your client, your company or your product. It may also be designed to cover a specific message about your company provides equal employment opportunity, is a good place to work is a sociality responsible corporate citizen, is a good neighbor, is interested in progress for woman, manufactures fine*

*product, or is as substantial taxpayer in community. A special event might also be product launch or a product publicity event. (Ruslan, 2010, pp. 232-233)*

Berdasarkan kutipan di atas *Special Events* merupakan event yang dilaksanakan untuk mendapatkan beberapa perhatian dari media untuk klien, produk. *Event* tersebut juga mendapatkan desain untuk memberikan pesan spesifik tentang produk tersebut.

#### **2.2.1.1 Tujuan Event**

Tujuannya terdapat lima, menurut Tom Duncan yang dikutip dalam Pudjiastuti (2013, p. 25) di antaranya :

1. Mempengaruhi target yang menjadi sasaran *event*.
2. Mengolah informasi yang berkaitan dengan gaya hidup atau individu tertentu yang sesuai dengan kegiatan.
3. Menjangkau target yang lebih luas.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu yang terjadi, merek produk ataupun kesadaran terhadap perusahaan.
5. Mempublikasikan hal terkait isu, merek, produk atau perusahaan yang akan meningkatkan pengetahuan publik.

#### **2.2.1.2 Jenis Event**

Menurut McCartney (2010, p. 7) terdapat 8 (delapan) tipe dari *event*, yaitu:

Table 2.2 Jenis *Event*

Jenis <i>Event</i>	Tujuan
Olahraga	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan antar peserta di darat, udara ataupun air.</li> <li>- Peserta dari amatari hingga profesional.</li> <li>- Keterlibatan dari para penyelenggara acara, peserta, sponsor, media dan pemerintah.</li> </ul>
Budaya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bermacam-macam festival berdasarkan agama, budaya, dan tradisional.</li> <li>- Diadakan diberbagai tempat seperti museum, warisan, budaya, tempat suci dan tempat terbuka.</li> </ul>
MICE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akronim MICE singkatan untuk pertemuan, perjalanan pulang-pergi, dan pameran</li> </ul>
Rekreasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acara olahraga yang menyenangkan</li> <li>- Bakti sosial dan permainan</li> </ul>
Spesial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peluncuran produk</li> <li>- Pembukaan dan penutupan acara dan pemberian penghargaan</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontes kecantikan</li> <li>- Acara penggalangan dana dan amal</li> </ul>
Privasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acara ulang tahun, pernikahan, pesta, dan berbagi macam acara perkumpulan</li> <li>- Pemakaman kenegaraan dan hari berkabung nasional yang peristiwanya harus di ingat.</li> </ul>
Seni	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertunjukan konser dan peampilan yang digunakan untuk menampilkan lukisan setempat atau lukisan internasional, kerajinan, gambar, patung, tarian, musik, lagu dan perayaan</li> <li>- Merayakan atau menyelenggarakan acara dengan tujuan untuk peristiwa seni.</li> </ul>

Untuk karya ini termasuk dalam jenis event MICE atau *Meeting, Incentive, Convention and Exhibition* adalah jenis kegiatan di mana terdapat kelompok besar, direncanakan secara matang, untuk meraih satu tujuan yang sudah ditentukan. Dalam karya kali ini, akan dilaksanakan secara *delay live* atau *tapping* dan akan ditayangkan di *youtube* sebagai platform dari seminar ini.

Hal ini akan membuat masyarakat lebih memahami tentang apa itu depresi, atau gangguan jiwa yang terjadi saat masa virus yang sedang menyebar luas ke seluruh negara yang ada, dan mampu mengatasinya dengan baik dan tidak salah arah. Membuat masyarakat Jakarta sadar bahwa saat pandemi ini bukanlah akhir dari segalanya, melainkan kita bisa memulai dengan hal yang baru dan unik.

### **2.2.2 MICE**

Menurut Nasution dan Sifatu (2015, p. 113) dikatakan MICE merupakan kegiatan pelayanan individu atau kelompok yang hadir untuk kepentingan bersama.

MICE singkatan dari *meetings, incentive, convention* dan *exhibition*. *Meetings* dapat diartikan sebuah pertemuan yang terdiri dari kumpulan orang yang memiliki tujuan, minat dan kepentingan yang sama. *Exhibition* sendiri merupakan sebuah pertunjukan untuk memperkenalkan, mempromosikan, menampilkan serta menyebarkan informasi mengenai sesuatu dengan jangka waktu tertentu.

### **2.2.3 Kesehatan Mental**

Kesehatan mental yang sehat di mana kondisi berada dalam keadaan tenang, sehingga bisa menikmati kehidupan sehari-hari dan menghargai orang lain yang berada di samping. Namun, apabila kesehatan mental sedang terganggu akan mengalami gangguan dalam suasana hati, kemampuan berpikir

dan kendali dalam mengatur emosi yang dapat mempengaruhi perilaku manusia.

*Event* Aku, Jiwaku, Covid 19 ini diharapkan sebagai wadah komunikasi terkait kesehatan mental selama masa pandemi Covid 19 sebagai bentuk pencegahan Covid 19 dari segi kejiwaan.

#### **2.2.4 Webinar**

Menurut Carucci & Sharan (2014, p. 12) *webinar* adalah komunikasi dua orang atau lebih melalui Internet yang menggunakan audio, visual dan teknologi interaktif. *Webinar* sendiri tidak seperti pada obrolan grup dalam konferensi, diskusi klub atau pertemuan besar di ruang kuliah umum namun pertemuan yang diadakan langsung di mana pun peserta itu berada. *Host* berada dalam satu lokasi, sedangkan para peserta dapat berpartisipasi dari mana saja sepanjang memiliki koneksi Internet.

Menurut Carucci & Sharan (2014, pp. 32-45) dalam bukunya berjudul *Webinar for Dummies* menyebutkan terdapat 4 (empat) hal yang harus dilakukan, yaitu:

1. *Establishing the Goal of Your Webinar*

Menentukan dan menjelaskan tujuan dari diselenggarakan *webinar* Aku, Jiwaku dan Covid 19 dengan jelas, ringkas dan berorientasi pada tujuan topik yang dapat berdampak bagi orang lain. Penentuan topik dan nama *event* juga penting untuk menarik minat dari calon peserta yang mengikuti *webinar* ini.

## 2. *Picking the Format that Works for You*

Setelah tujuan ditentukan, pentingnya untuk menentukan format apa yang akan digunakan dalam *event* agar sesuai dengan topik yang sudah dipilih.

### - *Interview Style*

Dalam wawancara dibutuhkan pembicara yang dapat memberikan perspektif dan informasi. Dalam hal ini dibutuhkannya pakar ahli yang paham akan seminar terkait kesehatan mental.

### - *Real Times Audience Data*

Penting dalam melakukan *polling* dan menyajikan sebuah fakta untuk mencari tahu bagaimana perasaan peserta tentang topik yang ada di *webinar*. Hal yang dapat dilakukan adalah:

- a. Membuat *pop quiz* untuk menguji pengetahuan mereka terkait topik atau masalah.
- b. Terdapat sesi tanya jawab hal ini membuat peserta mendapatkan berbagai macam pemikiran dan opini mengenai subjek.

## 3. *Selecting the Talent*

*Webinar* memerlukan beberapa peran untuk menunjang kelancaran kegiatan.

### - Moderator



Moderator bertugas untuk memperkenalkan pembicara. Selain itu memimpin jalannya diskusi antar peserta dan menyampaikan pertanyaan dari peserta agar tetap sesuai pada alur topik yang sudah dibuat.

- *Presenter*

*Presenter* atau sering disebut MC (*Master of Ceremonial*) memiliki tugas yang mirip dengan moderator, namun MC bertugas dalam membukan acara dan mempersilakan waktu kepada moderator untuk memandu dalam penyampaian materi yang disampaikan kepada pembicara.

- *Guest Speaker*

Pemilihan pembicara yang tepat perlu diperhatikan, mengingat topik ini berdampak pada kesehatan mental peserta. Pembicara merupakan seseorang yang ahli dalam bidang kesehatan mental seperti psikologi.

4. *Structing the Webinar*

*Webinar* harus memiliki struktur yang disusun untuk melangsungkan kegiatan dimulai dari menjelaskan tujuan di awal, menjelaskan topik yang sudah ditentukan, diikuti dengan sesi tanya jawab, lalu merangkumkan topik yang sudah didiskusikan. Struktur *webinar* yang diperlukan untuk menyusun:

- a. Pembukaan: *Presenter* atau moderator menjelaskan topik, membahas sesi kegiatan dan membahas sedikit topik apa yang akan dipaparkan saat webinar berlangsung.
- b. Isi: *Presenter* mempelajari topik dan mendukung diskusi dengan visual seperti PowerPoint, foto dan video. Pembicara juga diperkenalkan, kemudian membahas topik dengan berbagai poin.
- c. Penutup: *Presenter* atau moderator merangkum topik, mengajukan pertanyaan dari peserta, dan meminta *feedback* dari peserta.

- *Determining the Proper Length*

Tentukan durasi webinar sesuai dengan topik, konten, dan sesi yang tepat, memilih waktu pelaksanaan webinar yang sesuai.

- *Having all your content ready*

Persiapan untuk kelengkapan acara sudah lengkap termasuk materi, *opening*, kata sambutan, presentasi dan informasi yang dibicarakan sudah sesuai dan benar. Ketika *webinar*, kita dapat melihat muka peserta jelas dikarenakan kamera yang kurang jernih atau jaringan yang kurang bagus sehingga materi yang disampaikan harus menarik.

- *Making sure time is properly allocated*

Rencanakan waktu yang tepat dalam sesi *webinar*, dan melakukan *rehearsel* atau gladi resik untuk meminimalisir kesalahan dan memastikan acara berjalan dengan baik.

### **2.2.5 Tipografi**

Trumbu (2018) dalam [desainspot.com](http://desainspot.com) mengatakan bahwa tipografi merupakan suatu komponen visual dalam berbentuk huruf atau kata yang tertulis. Tipografi juga dimaknai sebagai seni cetak atau tata huruf menggunakan teknik tertentu untuk menciptakan kesan atau nilai tertentu. Tipografi menjadi penting dalam desain, karena:

1. Memudahkan dalam penyampaian pesan atau rasa.
2. Tipografi yang baik membuat pembaca lebih banyak membaca.