

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Pembuatan

1) Penyusunan Tim

Penulis dengan teliti menyusun rencana dan langkah-langkahnya untuk mengimplementasikan *special event* yang berfokus pada dua kota utama, yaitu kota Medan dan kota Pematangsiantar di pulau Sumatera Utara. Proses awal dimulai dengan pembentukan tim. Penulis dan staf *talent consultant* dari MNP akan bekerjasama. Meskipun tidak terdapat aturan yang mengatur jumlah staf yang pergi ke kota tertentu, namun karena terdapat keterbatasan jumlah staf di bagian *talent consultant*, maka penulis dan staf ini dipilih sebagai perwakilan yang akan menjadi *person in charge* (PIC) di kota tersebut. Tentu apabila lebih banyak staf yang dapat berangkat ke kota Medan dan Pematangsiantar ini akan lebih baik, namun mengingat terdapat keterbatasan untuk anggaran, maka kembali lagi diputuskan hanya berdua saja yang berangkat ke kedua kota ini.



Gambar 3. 1 Foto Penulis Bersama Staf MNP
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

2) Perizinan

Selanjutnya untuk perizinan, penulis akan mengurus tiga jenis perizinan yang diperlukan. Pertama, perizinan dari MNP sendiri, yang mencakup anggaran dan izin dinas luar kota (DLK). Kedua, kolaborasi dengan *event organizer* (EO) untuk memperoleh izin dan dukungan dalam mengakses sekolah-sekolah besar di kota Medan dan Pematangsiantar. Ketiga, perizinan dari pihak sekolah yang akan dikunjungi oleh penulis. Perizinan dengan sekolah digunakan apabila ada kegiatan kunjungan atau biasa disebut *school visit* dan apabila terdapat kontrak perjanjian dengan sekolah. Kontrak perjanjian ini pada umumnya akan berbayar, dan biaya kontrak ini sangat bervariasi di setiap sekolahnya, terdapat sekolah dengan biaya yang relatif murah, dan adapun sekolah dengan biaya kontrak yang relatif mahal. Kontrak ini pada umumnya digunakan apabila dari MNP ingin melakukan presentasi di sekolah yang dikunjungi, dan memiliki tujuan lain agar ketika mereka membuat edufair, mereka dapat mengajak atau menawarkan untuk mengikuti acara edufair di sekolah mereka.



Gambar 3. 2 Instagram Eduplan Event Organizer
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

3) Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi juga menjadi tahapan yang harus diperhatikan secara khusus. Penulis menentukan 2 jenis lokasi, pertama lokasi untuk tempat menetap sementara atau hotel, dan yang kedua yaitu tempat pelaksanaan *info session*. Penulis memfokuskan perhatian pada kota Medan dan Pematangsiantar, karena data MNP menunjukkan bahwa kedua kota ini memerlukan edukasi tambahan terkait pendidikan vokasi, terutama dengan MNP.

Penulis membuat keputusan mengenai hotel dengan memilih Hotel Santika di Kota Medan dan Hotel Horison di Pematangsiantar. Penulis memutuskan untuk memilih hotel santika karena, hotel ini merupakan salah satu *partnership* yang erat dengan MNP, dan karena menjadi salah satu bagian dari Kompas Gramedia, sedangkan alasan penulis memilih hotel horison yaitu karena dapat memberikan kenyamanan dan aksesibilitas yang optimal. Selanjutnya pemilihan lokasi untuk *info session*. Untuk kota Medan, penulis memilih untuk melakukan *info session* ini di Kafe Ulos yang berlokasi di Hotel Santika, sedangkan untuk *info session* di Pematangsiantar, penulis memutuskan untuk melaksanakannya di Kafe Titanium.



Gambar 3. 3 Foto Hotel Santika kota Medan
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

Selain menentukan lokasi hotel dan tempat pelaksanaan *info session*, penulis juga telah merinci daftar sekolah yang akan dihadiri terutama untuk pelaksanaan edufair di kota Medan dan Pematangsiantar. Daftar sekolah ini meliputi berbagai institusi pendidikan menengah atas yang memiliki potensi siswa yang dapat menjadi calon mahasiswa MNP . Adapun sekolah yang akan dikunjungi mencakup SMA Harapan Mandiri, SMA Kalam Kudus Medan, SMA Kalam Kudus Pematangsiantar, SMA Methodist Pematangsiantar, SMA WR Supratman 1&2 Medan, SMA Santo Thomas 1 Medan, dan SMA Santo Thomas 2 Medan.



Gambar 3. 4 Sekolah-Sekolah yang dikunjungi Penulis selama Edufair

Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

Penentuan sekolah-sekolah ini dilakukan dengan mempertimbangan beberapa faktor, termasuk potensi minat siswa, reputasi sekolah dalam mendukung pendidikan vokasi, serta lokasi yang strategis. Dalam menghadiri berbagai sekolah ini, diharapkan *special event* ini dapat merangkul potensi calon mahasiswa dari berbagai latar belakang pendidikan di kota Medan dan Pematangsiantar. Selain itu, kunjungan ke sekolah-sekolah ini juga dapat menjadi kesempatan untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan pihak sekolah

dan membuka peluang kerja sama yang lebih luas dalam mendukung pendidikan vokasi di wilayah tersebut.

4) Pemilihan Transportasi

Dalam strategi pemilihan transportasi, penulis menginginkan efisiensi dan efektivitas dalam perjalanannya. Sebagai bagian dari perencanaan, penulis memutuskan untuk menggunakan kombinasi transportasi untuk memastikan kelancaran pelaksanaan *special event* ini. Awalnya, penulis dan staf MNP memutuskan untuk menggunakan pesawat untuk pergi dari kota Tangerang menuju kota Medan pada tanggal 23 Oktober, penulis memilih untuk menggunakan jalur udara untuk meminimalkan waktu perjalanan dan memastikan kehadiran tepat waktu di destinasi.

Setelah tiba di Medan, penulis dan staf MNP akan melanjutkan perjalanan menggunakan transportasi darat. Keputusan untuk menyewa satu mobil dipilih dengan pertimbangan efisiensi dan efektivitas. Mobil ini akan digunakan untuk perjalanan ke berbagai sekolah di kota Medan dan Pematangsiantar. Pemilihan mobil sebagai sarana transportasi dianggap sebagai solusi yang paling sesuai, karena memungkinkan kelancaran dan fleksibilitas perjalanan antar lokasi edufair, *school visit*, dan *info session*. Dengan demikian, kombinasi antara pesawat dan mobil ini dianggap sebagai strategi yang optimal untuk memenuhi kebutuhan logistik selama *special event* ini berlangsung.

5) Penentuan Jadwal *Event*

Penentuan jadwal *event* juga diatur sedemikian rupa oleh penulis yaitu seperti di bawah ini.

1. Tanggal 23 Oktober, penulis bersama staf MNP akan melakukan perjalanan dengan pesawat di bandara Soekarno-Hatta menuju bandara Kualanamu di kota Medan.
2. Tanggal 24-26 Oktober, penulis akan melakukan kegiatan edufair dan *school visit*. Pada tanggal 26 Oktober, setelah melaksanakan kegiatan

- edufair, penulis dan staf akan melakukan perjalanan dari kota Medan menuju kota Pematangsiantar dengan durasi 2 jam 30 menit.
3. Tanggal 27-28 Oktober, penulis bersama staf akan melakukan edufair, *school visit*, dan *info session* di Pematang Siantar. Untuk *info session* akan dilaksanakan pada tanggal 27 Oktober pukul 16.00-20.00.
 4. Tanggal 29 Oktober, tepat berada pada hari minggu sehingga di manfaatkan oleh penulis bersama staf untuk beristirahat, dan pada malamnya penulis akan melakukan perjalanan dari kota Pematangsiantar, kembali menuju kota Medan.
 5. Tanggal 30 Oktober – 2 November, penulis akan melakukan edufair dan *info session* yang akan dilaksanakan pada tanggal 1 November di kota Medan. Pada tanggal 2 November, setelah melaksanakan kegiatan edufair, penulis bersama staf akan kembali dari kota Medan kembali menuju kota Tangerang.
 6. Tanggal 5 November, penulis akan membuka tes beasiswa yang sebelumnya sudah diinfokan kepada seluruh siswa. Penulis memutuskan untuk membuka tes beasiswa ini di tanggal 5 November dengan alasan agar siswa dapat memiliki waktu belajar terlebih dahulu agar ketika tes nanti, hasil yang di dapat bisa maksimal.

Pelaporan dan *follow up* juga akan dilakukan oleh penulis bersama staf MNP. Penulis akan melapor dalam bentuk dokumentasi foto/video ke dalam *group* Telegram MNP yang akan dilihat oleh *manager* sekaligus seluruh staf MNP. Selain itu penulis juga akan melakukan *follow up* ketika ingin mengundang siswa untuk melakukan tes beasiswa dan *info session*.

Untuk keperluan promosi, penulis menyiapkan 20 materi yang melibatkan:

Tabel 3. 1 Materi Promosi MNP

20 Materi Promosi MNP			
Taplak meja	Brosur <i>info session</i>	Tumbler besi	Formulir tes beasiswa
Banner Jurusan	Brosur tes beasiswa	Tumbler plastik	Kalender Animasi

Banner Beasiswa	Pulpen	<i>Pouch</i>	Materi Presentasi
Banner Promosi	Kipas	<i>Notebook</i>	Laptop MNP
Brosur MNP	Tumbler Premium	<i>Goodybag</i>	<i>Video Campus Tour</i>

Untuk mendukung promosi *special event* yang akan dilaksanakan, penulis menyusun 20 materi promosi yang memiliki perannya masing-masing dan akan berguna untuk meningkatkan daya tarik dari MNP. Taplak meja, banner jurusan, banner beasiswa, dan banner promosi dirancang sebagai elemen visual yang paling mencolok, memberikan pandangan langsung kepada pengunjung dengan nama MNP, memberikan informasi terkait peluang beasiswa yang bisa mereka dapatkan, dan informasi umum tentang MNP seperti jurusan apa saja yang tersedia di MNP.



Gambar 3. 5 Stan Multimedia Nusantara Polytechnic selama Edufair
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

Tersedia juga brosur MNP yang menjelaskan sejarah dan informasi detail terkait MNP, brosur *info session* yang digunakan untuk mengundang dan memudahkan bagi calon mahasiswa yang ingin mengikuti kegiatan *info session*, dan brosur tes beasiswa yang memiliki fungsi yang sama yaitu untuk mengajak sekaligus mempermudah bagi calon mahasiswa yang ingin mengikuti kegiatan tes beasiswa.



Gambar 3. 6 Poster Info Session Multimedia Nusantara Polytechnic
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

Selanjutnya terdapat alat tulis seperti pulpen yang memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mencatat informasi penting sekaligus dapat dibawa oleh calon mahasiswa untuk mengingatkan nama MNP di dalam pikiran mereka. Selain pulpen, penulis juga menggunakan kipas yang menjadi pilihan praktis dalam menyebarkan informasi di ruangan karena kipas ini juga dapat di ambil oleh calon mahasiswa. Selain itu terdapat tumbler premium juga yang biasanya

diberikan kepada kepala sekolah, tumbler besi yang biasanya diberikan kepada guru BK, sedangkan tumbler plastik biasanya diberikan kepada guru yang mengajar di sekolah. Materi promosi ini di sisi lain tidak hanya sebagai materi promosi fungsional, tetapi juga mewakili kualitas MNP sebagai lembaga pendidikan vokasi unggulan. Selain itu terdapat *pouch*, *notebook*, dan *goodybag* juga diisi dengan materi promosi lainnya, yang menciptakan paket informasi yang lengkap dan dapat dibawa pulang oleh para pengunjung yang bertujuan untuk tetap mengingatkan nama MNP di pikiran masyarakat.



Gambar 3. 7 Kipas Multimedia Nusantara Polytechnic
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

Formulir tes beasiswa, kalender animasi, laptop pribadi, laptop MNP, dan handphone menjadi bagian dari promosi interaktif. Formulir tes beasiswa memudahkan calon mahasiswa untuk mendaftar, kalender animasi memberikan panduan visual terkait jadwal kegiatan MNP, sementara laptop dan handphone dijadikan sarana presentasi yang dinamis dan modern. Dengan menyelaraskan kegunaan setiap materi promosi, MNP dapat memberikan pengalaman yang

holistik dan informatif kepada pengunjung, menciptakan kesan yang kuat tentang kualitas pendidikan vokasi yang ditawarkan serta menarik minat potensial calon mahasiswa untuk lebih mengenal MNP.



Gambar 3. 8 Kalender Animasi Multimedia Nusantara Polytechnic
Sumber: (Multimedia Nusantara Polytechnic, 2023)

Sebelum perencanaan ini dilaksanakan, penulis memutuskan untuk menggunakan analisis SMART (*specific, measurable, actionable, relevant, timebound*) untuk memastikan *event* yang akan dilakukan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan sebelumnya.

1. *Spesific*

Mulai dari tujuan *event*, penulis merencanakan untuk membuat *special event* dalam bentuk *edufair, school visit, presentasi, info session*, dan tes beasiswa. Penulis akan menyelenggarakan *special*

event ini di dua kota utama yaitu, kota Medan dan kota Pematangsiantar, yang berlokasi di pulau Sumatera Utara. Penulis memiliki fokus yang jelas juga yaitu untuk meningkatkan pemahaman calon mahasiswa terhadap pendidikan vokasi terutama pada MNP dan tentunya untuk meningkatkan minat atau daya tarik dari pendidikan vokasi terutama kepada MNP.

Penulis juga memiliki rencana terkait komposisi tim untuk pelaksanaan *special event* di kota Medan ini. Agar *special event* ini dapat terlaksana, penulis bersama satu staf dari MNP akan dikirim ke kota Medan dan Pematangsiantar. Meskipun tidak terdapat aturan yang mengatur minimal atau maksimal staf yang dapat dikirim ke setiap kotamm tetapi keputusan dibuat untuk mengirimkan dua orang ini agar penulis dapat memastikan tiap calon mahasiswa mendapat fokus dan perhatian yang optimal.

2. *Measurable*

Penulis menggunakan 20 jenis materi promosi yang telah dipersiapkan, termasuk taplak meja, banner, brosur, dan perlengkapan promosi lainnya. Dengan menggunakan formulir daftar, ajakan untuk *info session* dan tes beasiswa, maka penulis juga dapat mengukur partisipasi dan dampak dari kegiatan *special event* ini.

3. *Actionable*

Penulis sudah membuat rencana kegiatan dengan langkah-langkah yang dapat dilaksanakan dengan jelas termasuk edufair, *school visit*, *info session*, dan tes beasiswa. Semua kegiatan ini dapat dijalankan dan diimplementasikan secara sistematis. Selain itu terkait pemilihan lokasi *special event* dan hotel di kota Medan dan Pematangsiantar didasarkan pada daerah yang relevan dan selain itu karena di beberapa tempat MNP memiliki kerjasama yang erat contohnya seperti Hotel Santika dan bagian-bagian di dalamnya.

4. *Relevant*

Rencana *special event* ini sangat relevan dengan misi MNP yaitu untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pendidikan vokasi dan menarik minat calon mahasiswa di dua kota tersebut. Selain itu, pemilihan kota Medan dan kota Pematangsiantar juga didasarkan pada data MNP yang menunjukkan kebutuhan edukasi tambahan terkait pendidikan vokasi di wilayah tersebut.

5. *Timebound*

Rencana *event* telah ditetapkan dengan batas waktu yang sangat jelas, yaitu dimulai dari tanggal 23 Oktober hingga 5 November, memastikan semua kegiatan dapat dilakukan sesuai rencana. Tanggal dan jam yang spesifik ini ditentukan untuk pelaksanaan *info session* dan tes beasiswa, sehingga memberikan kejelasan bagi peserta yang ingin mengikuti kegiatan ini.

Dengan penulis melakukan analisis SMART ini, maka dapat dipastikan bahwa rencana *special event* ini tidak hanya memiliki tujuan yang jelas, tetapi juga dapat diukur, dapat dilaksanakan, relevan sesuai dengan MNP, dan memiliki batas waktu yang dijelaskan dengan baik. Hal ini akan menjadi landasan yang kuat untuk mencapai keberhasilan *event* dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Selain menggunakan analisis SMART, untuk memastikan *special event* ini dapat berjalan sesuai dengan keinginan penulis, maka penulis juga menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman.

Strenghts

1. *Special event* ini menjadi sarana komprehensif dengan berbagai kegiatan termasuk edufair, presentasi, *school visit*, *info session*, dan tes beasiswa.

2. *Special event* yang telah dilakukan oleh penulis memiliki reputasi yang kuat dan dikenal baik oleh calon mahasiswa, sehingga meningkatkan kemungkinan partisipasi mereka dalam acara yang diadakan ini.
3. Melalui *special event* ini, penulis berhasil mengumpulkan data penting mengenai sekolah-sekolah termasuk jumlah siswa di tiap sekolah yang dikunjungi, nama dan kontak kepala sekolah di setiap sekolah, yang memberikan peluang untuk membangun hubungan yang lebih baik supaya kedepannya bisa melakukan kerjasama kembali.
4. Terkait data yang penting, penulis juga berhasil mengumpulkan informasi penting terkait calon mahasiswa yang mendaftar melalui formulir beasiswa, formulir info session, dan formulir tes beasiswa, yang memberikan dasar yang kuat untuk *follow up* dan analisis yang lebih lanjut.
5. Pelaksanaan *special event* ini dilakukan secara *offline* yang memungkinkan interaksi secara langsung antara penulis dan staf dengan calon mahasiswa, juga memungkinkan pendekatan persuasif yang lebih personal dan efektif.
6. Kesempatan untuk memberikan edukasi langsung terkait pendidikan vokasi, terutama dengan MNP, dan membangun kesadaran akan pentingnya lulusan MNP di dunia kerja nanti.
7. Dengan melakukan kerjasama dengan *event organizer* (EO), penulis dan staf merasa dipermudah untuk pelaksanaan edufair di sekolah-sekolah karena mereka dapat memberikan dukungan administratif dan logistik yang baik.

Weakness

1. Jumlah staf yang terlibat dalam kegiatan ini sangat terbatas (hanya 2 orang termasuk penulis), yang membuat penanganan banyak siswa di sekolah menjadi lebih sulit dan membatasi jangkauan potensial.
2. Selain itu, kurangnya pengalaman penulis dan staf dalam kunjungan ke Medan dan Pematangsiantar ini menghambat dalam membangun

hubungan secara personal yang mendalam dengan sekolah-sekolah, terutama karena waktu yang terbatas juga mulai dari tanggal 24 Oktober sampai dengan 2 November.

Opportunities

1. Penulis dan staf dapat membangun hubungan yang baik dengan sekolah-sekolah di kota Medan dan Pematangsiantar, sehingga memiliki potensi untuk meningkatkan citra dan keberadaan MNP di mata sekolah dan siswa.
2. Selain dengan memperkuat kemitraan, dan meningkatkan kesadaran, MNP juga memiliki peluang yang besar untuk bisa meningkatkan jumlah pendaftarnya selama dan setelah pelaksanaan *event* di Medan dan Pematangsiantar.

Threats

1. Keberadaan kampus-kampus lain selama edufair dapat menjadi tantangan, terutama jika ada universitas yang menawarkan program yang mirip dengan pendidikan vokasi MNP.
2. Kesalahan dalam komunikasi atau presentasi dari penulis atau staf dapat memiliki dampak yang negatif pada reputasi MNP, terutama jika hal tersebut menimbulkan kesan yang merugikan di mata calon mahasiswa atau sekolah. Meskipun kemungkinannya kecil, namun tetap harus diperhatikan secara serius, namun penulis dan staf dapat memastikan apabila selama melakukan kegiatan di kota Medan dan Pematangsiantar, tidak ada kata-kata yang bisa menjadi dampak negatif bagi MNP.

3.2 Anggaran

Dalam rangka melaksanakan *special event* yang melibatkan sejumlah kegiatan penting seperti edufair, *school visit*, *info session*, presentasi, dan tes beasiswa, MNP mempersiapkan dengan matang anggaran yang rinci untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan di setiap tahap kegiatan. Anggaran yang telah

disusun dengan cermat ini mencakup beberapa komponen penting yang sangat dibutuhkan selama pelaksanaan *special event* ini. Di bawah ini merupakan tabel rincian anggaran untuk pelaksanaan *special event* di kota Medan dan Pematangsiantar.

Tabel 3. 2Anggaran Multimedia Nusantara Polytechnic

No	Kebutuhan	Jumlah	Total
1	Tiket Pesawat	2	6.000.000
2	Sewa Mobil	1	3.500.000
3	Hotel 11 Hari	2	6.000.000
3	Dana DLK	2	2.200.000
4	Kontrak Dengan EO	1	5.000.000
5	Kontrak dengan sekolah	7	6.500.000
6	Dana Tidak Terduga	1	500.000
Total			29.200.000

Rincian anggaran ini dibuat oleh penulis dan angka tabel di atas tidaklah akurat, karena rincian sesungguhnya merupakan data *confidential*.

Pertama-tama, terdapat alokasi dana sebesar 6 juta rupiah untuk tiket pesawat, yang akan digunakan oleh penulis dan staf MNP untuk perjalanan pulang pergi ke destinasi yang menjadi lokasi pelaksanaan kegiatan di Medan dan Pematangsiantar. Selanjutnya, untuk memastikan mobilitas dan kelancaran perjalanan dalam menghadiri kegiatan di sekolah-sekolah, diperlukan anggaran sebesar 3.5 juta rupiah untuk keperluan sewa mobil. Selama periode kegiatan dari tanggal 23 Oktober hingga 2 November, penulis dan staf MNP memerlukan tempat menginap, oleh karena itu MNP juga mengalokasikan dana sebesar 6 juta rupiah untuk biaya penginapan di hotel. Selain itu, untuk mendukung kehadiran penulis dan staf MNP dalam kegiatan di sekolah-sekolah, terdapat dana Dinas Luar Kota (DLK) sebesar 2.200.000 rupiah.

Kemudian terdapat anggaran sebesar 5 juta rupiah untuk biaya kontrak dengan *event organizer* (EO), yang akan membantu dalam proses logistik dan koordinasi acara secara menyeluruh. Selanjutnya, untuk menjalankan kegiatan edufair dan presentasi di tujuh sekolah, MNP mengalokasikan dana sebesar 6.5 juta rupiah

untuk kontrak dengan sekolah-sekolah tersebut. Terakhir, dalam upaya mengantisipasi kemungkinan muncul kejadian yang tidak terduga selama *special event*, MNP juga menyediakan dana tidak terduga sebesar 500 ribu rupiah. Dengan merinci setiap aspek anggaran ini, MNP bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan dapat berjalan dengan lancar, efektif, dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

3.3 Sasaran Luaran/Publikasi

Terkait strategi untuk publikasi ke media luar, penulis telah merinci rencananya untuk melakukan *press release* ke 20 media dan menyebarkan informasi ke 5 media eksternal. Pemilihan media ini didasarkan pada pertimbangan sasaran audiensnya yang diharapkan dapat mencakup kalangan siswa, orang tua, dan pihak sekolah. Berikut merupakan daftar lengkap media yang sudah disiapkan penulis untuk *press release*:

1. SMA Harapan Mandiri (Email: ypharapanmandiri@yahoo.com)
2. SMA Kalam Kudus Medan (Tidak ada email, lanjutkan dengan *personal message*)
3. SMA Kalam Kudus Pematangsiantar (Tidak ada email, lanjutkan dengan *personal message*)
4. SMA Methodist Pematangsiantar (Tidak ada email, lanjutkan dengan *personal message*)
5. SMA WR Supratman 1 (Email: smawrsupratman1@gmail.com)
6. SMA WR Supratman 2 (Tidak ada email, lanjutkan dengan *personal message*)
7. SMA Thomas 1 Medan (Email: smasantothomasm@gmail.com)
8. SMA Thomas 2 Medan (Tidak ada email, lanjutkan dengan *personal message*)
9. SMA Immanuel (Email: osisimmanuel@gmail.com)
10. SMA Cahaya Medan (Email: cahayahighschoolmedan@gmail.com)
11. SMA Sultan Iskandar Muda (Tidak ada email, lanjutkan dengan *personal message*)

12. Kompas Gramedia (Email: pr@kompasgramedia.com)
13. Detik Edu (Tidak ada email, lanjutkan dengan *personal message*)
14. CNN Indonesia (Email: kerjasama@cnnindonesia.com)
15. Kumparan (Email: redaksi@kumparan.com)
16. Merdeka.com (Email: redaksi@merdeka.com)
17. Tribun (Email: redaksi@tribunnews.com)
18. Tempo.co (Email: redaksi@tempo.co.id)
19. Liputan6 (Email: redaksi.liputan6@kly.id)
20. MediaIndonesia (Email: redaksi.micom@mediaindonesia.com)

Penulis juga merencanakan publikasi ke 5 media eksternal melalui pengiriman informasi langsung, baik secara *online* maupun *offline*. Berikut adalah media eksternal yang menjadi sasaran publikasi.

1. Eduplan (Melalui Instagram)
2. SMA Harapan Mandiri (Kontak: 0852-6261-5566)
3. SMAWR Supratman (Kontak: 0813-6158-3828)
4. SMA Thomas 1 Medan (Kontak: 0812-6425-260)
5. SMA Thomas 2 Medan (Kontak: 0811-6262-838)
6. SMA Ora Et Labora (Dengan ketua Osis di sekolah)
7. SMA Caritas (Melalui guru BK)

Dengan merinci media dan kontak yang akan dihubungi, penulis berharap dapat memaksimalkan distribusi informasi terkait *special event* ini ke sasaran audiens yang tepat. Dengan cara ini, diharapkan pesan yang ingin disampaikan oleh MNP dapat sampai dan diterima dengan baik oleh masyarakat dan pihak-pihak terkait.

Selain publikasi eksternal, penulis juga merencanakan untuk melakukan publikasi materi promosi selama di kota Medan dan kota Pematangsiantar di media sosial MNP. Media sosial Instagram akan dipilih untuk mempublikasikan materi promosi penulis dan akan di iklankan juga.