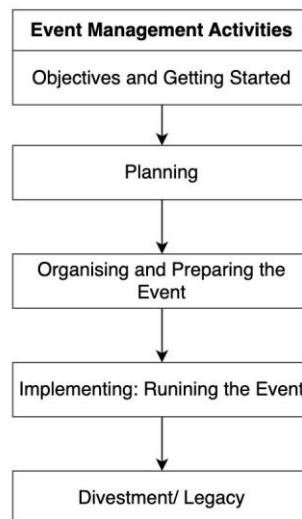


BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Tahapan ini merupakan uraian perencanaan *special event* yang akan diselenggarakan menggunakan konsep manajemen *event* yang dikemukakan oleh Shone & Parry (2019), yaitu *objectives*, *planning*, *preparing*, *implementing*, serta *divestment/legacy*. Namun demikian, bahasan ini akan berfokus pada dua tahap pertama, yaitu *objectives* dan *planning*.



Gambar 3.1 Aktivitas Event Manajemen
Sumber: Shone & Parry (2019)

3.1.1 *Objectives and Getting Started*

Melalui program Merdeka Belajar: Kampus Merdeka *Humanity Project Batch 4*, GMLS dan UMN bersama mencoba menjalankan program-program yang tidak lagi berfokus ke mitigasi dan kesiapsiagaan bencana, tetapi sudah berfokus ke membangun resiliensi masyarakat khususnya di Desa Panggarangan, Lebak. Mahasiswa peserta MBKM *Humanity Project Batch 4* ditugaskan sebagai penyelenggara program yang diharapkan dapat memberdayakan masyarakat Lebak Selatan. “Niskala Camp 2024” dirancang

dengan tujuan memberikan pengetahuan mengenai potensi yang ada dalam diri serta yang ada di sekitar mereka serta meningkatkan minat para pemuda Lebak Selatan khususnya Desa Panggarangan untuk mulai berwirausaha dengan menggunakan strategi-strategi bisnis yang relevan dengan masa kini. Melalui *event* ini, diharapkan para pemuda Lebak Selatan bisa menjadi komponen penting yang ikut membangun masyarakat Lebak Selatan yang resilien dan turut serta dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di wilayah Lebak khususnya di desa mereka masing-masing.

Pada tahapan ini, penyelenggara *event* menentukan apa yang menjadi tujuan utama diselenggarakannya *event* ini melalui proses riset sederhana di lapangan serta melakukan proses *brainstorming* bersama tim. Berikut merupakan pertanyaan yang mendasari proses riset serta riset yang dilakukan di lapangan serta penetapan tujuan sementara berdasarkan SMART *objectives*.

3.1.1.1 Pertanyaan 5W+1H

Dalam melakukan riset awal untuk menentukan konsep *event*, diperlukan beberapa aspek yang menjadi dasar pembentukan konsep tersebut. Oleh karena itu, penulis menggunakan metode 5W+1H (*Who, Where, What, Why, When, dan How*) untuk menentukan apa saja yang menjadi dasar penyelenggaraan *event* Niskala Camp 2024 ini. Pertanyaan-pertanyaan berikut ini dapat membantu tim penyelenggara untuk menentukan tujuan serta bagaimana cara menyelenggarakan *event* ini.

1) *Who*

Pertanyaan yang berkaitan dengan siapa saja pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan *special event* “Niskala Camp 2024”, seperti “Siapa saja pihak yang mendukung dan menyelenggarakan *event* ini?” atau “Siapa target peserta yang akan mengikuti *event* ini?”.

2) *Where*

Pertanyaan yang berhubungan dengan tempat atau lokasi pelaksanaan *special event* “Niskala Camp 2024”, seperti “Dimanakah Niskala Camp 2024 diselenggarakan?” atau “Dimanakah para calon peserta bisa mendapatkan informasi terkait Niskala Camp 2024?”.

3) *What*

Pertanyaan yang berhubungan dengan tujuan pelaksanaan dan penyelenggaraan kegiatan ini seperti “Apa itu Niskala Camp 2024?”, “Apa tujuan dilaksanakannya Niskala Camp 2024?” atau “Apa hasil yang diharapkan setelah mengikuti Niskala Camp 2024?”.

4) *Why*

Pertanyaan yang berkaitan dengan alasan mengapa Niskala Camp 2024 perlu dilaksanakan dan diikuti oleh peserta seperti “Mengapa kami perlu mengikuti Niskala Camp 2024?” atau “Mengapa Niskala Camp 2024 perlu dilaksanakan?”.

5) *When*

Pertanyaan yang berkaitan dengan waktu dan jangka waktu kegiatan seperti “Kapan Niskala Camp 2024 dilaksanakan?” atau “Kapan pendaftaran Niskala Camp dibuka dan ditutup?”.

6) *How*

Pertanyaan yang berhubungan dengan cara-cara tertentu untuk mengakses kegiatan seperti “Bagaimana cara mengikuti Niskala Camp 2024?”.

3.1.1.2 Screening Process

Menurut Shone & Parry (2019), cara untuk menyaring ide-ide adalah melalui proses *screening*. Dengan demikian, penyelenggara *event* akan melakukan proses *screening* untuk menentukan kebutuhan *event* yang sesuai dengan tujuan pelaksanaan *event*. *Screening process* dibagi menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu *marketing screening*, *operational screening*, dan *financial screening*.

a) *Marketing Screening*

Pada proses ini, penyelenggara *event* akan melakukan proses *brainstorming* dan riset sederhana untuk menentukan target pasar dan strategi pemasaran yang tepat untuk *event* Niskala Camp 2024.

b) *Operational Screening*

Pada proses ini, penyelenggara *event* akan melakukan proses *brainstorming* dengan tim untuk menentukan kebutuhan-kebutuhan operasional yang perlu dipersiapkan untuk pelaksanaan *event* Niskala Camp 2024.

c) *Financial Screening*

Pada proses ini, penyelenggara *event* akan melakukan *brainstorming* bersama tim untuk menentukan biaya yang diperlukan untuk keseluruhan *event* dan strategi pencarian dana apa yang akan digunakan.

3.1.1.3 SWOT Analysis

Setelah menetapkan tujuan, penyelenggara *event* melakukan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) *analysis* untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan *event*. Melalui SWOT *Analysis*, penyelenggara dapat mengetahui kelebihan dan peluang kegiatan yang bisa dimanfaatkan untuk menjadikan *event* ini berhasil serta mengetahui kelemahan serta ancaman perencanaan *event* ini untuk mengurangi potensi gagalnya pelaksanaan *event* ini.

3.1.2 Planning

Menurut Shone & Parry (2019), perencanaan atau *planning* merupakan tahapan ketika penyelenggara *event* menentukan dan memutuskan tindakan-tindakan yang dapat akan diambil dalam penyelenggaraan *event*. Rencana tidak akan muncul begitu saja melainkan melalui sebuah proses bertahap melalui kerja sama tim penyelenggara *event*.

3.1.2.1 *Marketing Planning*

Pada tahap ini, penyelenggara *event* akan menentukan bagaimana *event* ini akan dipromosikan dan dipasarkan kepada calon peserta yang menjadi sasaran. Untuk itu, penyelenggara *event* perlu mengenali target pasar kemudian menentukan rencana pemasaran atau promosi seperti apa yang paling efektif dan tepat untuk target pasar tersebut.

a) *Target Market*

Penyelenggara *event* mengidentifikasi target pasar berdasarkan *screening* yang sudah dilakukan bersama tim.

b) *Marketing Plan*

Penyelenggara *event* menetapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan target audiens atau peserta yang sudah diidentifikasi sebelumnya.

c) *Media List*

Membuat daftar media yang akan dikirim media rilis untuk kemudian diberitakan di media tersebut.

3.1.2.2 *Operational Planning*

Pada tahap ini, penyelenggara *event* akan membuat perencanaan mengenai semua hal operasional yang diperlukan selama persiapan hingga pelaksanaan *event*. Berdasarkan hasil *screening* yang sudah dilakukan, berikut adalah beberapa hal yang perlu dipersiapkan untuk mendukung penyelenggaraan *event* Niskala Camp 2024:

a) *Venue*

Tempat pelaksanaan kegiatan selama 3 hari 2 malam, meliputi tempat peserta mengikuti materi yang akan dibawakan dan tempat peserta tinggal dan beristirahat selama *event* berlangsung.

b) *Waktu Pelaksanaan*

Waktu pelaksanaan kegiatan meliputi hari dan tanggal pelaksanaan kegiatan, durasi atau berapa lama kegiatan ini

akan berlangsung, serta *rundown* kegiatan selama durasi yang telah ditentukan.

c) Narasumber

Kegiatan ini berkonsep *workshop* atau pelatihan sehingga membutuhkan tenaga ahli untuk dijadikan narasumber atau pembicara yang sesuai dengan target peserta yang dituju.

d) Materi Workshop

Materi *workshop* menjadi hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, penyelenggara *event* menetapkan materi apa saja yang akan dibawakan dan akan dibawakan dengan metode apa.

e) Transportasi dan Akomodasi

Penyelenggara *event* merencanakan bagaimana peserta dan narasumber akan datang ke lokasi kegiatan dengan berbagai alternatif transportasi yang tersedia. Selain itu, akomodasi atau tempat tinggal peserta dan narasumber juga menjadi pertimbangan bagi penyelenggara *event*.

f) Perlengkapan dan Logistik

Perencanaan perlengkapan dan logistik seperti kebutuhan *sound system*, spanduk, tenda, kursi, meja, alat tulis, serta konsumsi juga menjadi hal yang perlu dipersiapkan oleh penyelenggara *event*.

3.1.2.3 *Financial Planning*

Pada tahap ini, penyelenggara *event* akan menggunakan dua strategi pengumpulan dana, yaitu dengan menggunakan dana pribadi penyelenggara dan melakukan *fundraising* melalui aplikasi Trakteer. Selanjutnya, untuk menentukan target pengumpulan dana, penyelenggara *event* membuat Rencana Anggaran Biaya.

3.1.3 Organizing and Preparing the Event

Menurut Shone & Parry (2019), koordinasi berbagai macam kegiatan, fasilitas, dan layanan yang berbeda dan bahkan tidak biasa bisa menjadi sangat menakutkan. Manajemen acara harus efektif dan manajer acara harus efektif dalam situasi yang mungkin terus berubah. Pentingnya perencanaan dan persiapan yang baik adalah bahwa hal itu mengurangi variabilitas dan ketidakpastian dari apa yang terjadi selama acara berlangsung dan memungkinkan koordinator acara untuk berkonsentrasi pada hal-hal yang memerlukan perhatian segera atau sering. Dengan demikian, diperlukan perencanaan dan persiapan yang baik dalam penyelenggaraan *special events*.

3.1.3.1 Kepanitiaan

Menurut Shone & Parry (2019), diperlukan satu organisasi informal yang memiliki tugas dan fungsi yang berbeda untuk mengelola *event* yang sudah direncanakan sebelumnya. Dengan demikian, dalam pelaksanaan Niskala Camp 2024, dibutuhkan kepanitiaan yang akan mempersiapkan serta menjalankan kegiatan pada hari pelaksanaan kegiatan. Adapun pembagian tugas kepanitiaan adalah sebagai berikut:

- a) Penyelenggara Inti (*Project Leader*)
- b) Perlengkapan dan Logistik
- c) Dokumentasi
- d) Publikasi
- e) Registrasi
- f) *Games*

Keenam divisi kepanitiaan di atas akan bekerjasama dan berkoordinasi selama persiapan hingga pelaksanaan acara.

3.1.3.2 Registrasi Peserta

Dalam pelaksanaan *event* berbasis pelatihan, tentu dibutuhkan peserta yang akan ikut serta dalam kegiatan ini. Dengan demikian, tim penyelenggara *event* akan membuka pendaftaran melalui *Google Form* yang ditujukan kepada target peserta yang sudah ditentukan pada tahap *planning*. Pendaftaran akan dibuka selama kurang lebih 3 minggu untuk mencari siapapun pemuda yang berminat untuk mendaftar dan akan dilakukan penjarangan peserta berdasarkan hasil pengisian *Google Form* tersebut. Target peserta yang diharapkan ikut adalah 10-15 orang.

3.1.4 Implementing: Running the Event

Pada tahapan ini, semua panitia akan menjalankan peran, fungsi, dan tugas masing-masing sesuai dengan perencanaan yang sudah dirancang demi mencapai tujuan yang diharapkan dari *event* ini. Dalam pelaksanaan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan menurut Shone & Parry (2019), antara lain:

- Tanggung jawab untuk kesehatan dan keselamatan pengunjung dan peserta, serta mekanisme pelaporan untuk masalah mendesak, cara mendapatkan bantuan, dan urutan pemanggilan manajer dalam keadaan darurat.
- Tur tata letak lokasi, menyoroti pintu darurat, titik kumpul, toilet, katering dan fasilitas lainnya, akses untuk pengunjung yang difabel dan untuk kendaraan atau staf darurat.
- Masalah dalam manajemen kerumunan; operasi, pembukaan, dan penutupan pintu keluar; memastikan bahwa pintu darurat terbuka sepanjang acara.
- Cara mengarahkan dan membantu publik, penonton, atau peserta dan kebutuhan untuk pendekatan yang tenang dan sopan kepada semua yang terlibat.

- Cara mengenali dan bertindak atas tanda-tanda tekanan kerumunan atau individu; cara menangani kepadatan dengan penyebaran atau dengan membuka lebih banyak pintu keluar atau pintu masuk ke ruang meluap.
- Tindakan yang harus diambil jika terjadi penumpukan sampah atau risiko kebakaran; tindakan yang harus diambil jika ditemukan kebakaran; cara membunyikan alarm; cara merespons kebakaran kecil atau keadaan darurat kecil.
- Mekanisme komunikasi antara pengawas dan manajer; penggunaan pesan berkode untuk mengidentifikasi jenis keadaan darurat dan tanggapan yang direncanakan terhadapnya.

3.1.5 Divestment/Legacy

Pada tahapan ini, penyelenggara *event* menggunakan 2 jenis tes untuk mengevaluasi penyelenggaraan *event*, yang pertama adalah *Pre-Test* dan *Post-Test* untuk mengukur pemahaman mengenai materi yang diterima. Dengan demikian penyelenggara *event* dapat mengetahui apakah tujuan utama yang diharapkan berhasil tercapai atau tidak. Tes kedua yang digunakan adalah CIPP (*Context, Input, Process, Product*) *Model Evaluation* untuk mencari tahu apa yang menjadi kekurangan dari *event* ini agar *event* berikutnya bisa lebih baik.

3.2 Rencana Anggaran

Dalam menyelenggarakan *special event* “Niskala Camp 2024”, diperlukan Rencana Anggaran Biaya yang akan menjadi tolak ukur pencarian dan pengumpulan dana demi terlaksananya *event* ini. Berikut adalah RAB yang diperlukan:

Tabel 3.1 Rencana Anggaran Biaya

Categories	Price	Qty	Unit	Total
Equipments				
Kaos	Rp47,000	42	Pcs	Rp1,974,000
ID Card Peniti	Rp38,000	1	Box	Rp38,000
Plakat Akrilik	Rp90,000	5	Pcs	Rp450,000
Sertifikat Peserta	Rp3,500	15	Pcs	Rp52,500
Catering				
Galon	Rp10,000	5	Pcs	Rp50,000
Sarapan Day 1	Rp10,000	15	Pax	Rp150,000
Sarapan Day 2	Rp10,000	15	Pax	Rp150,000
Makan Siang Day 1	Rp25,000	15	Pax	Rp375,000
Makan Siang Day 2	Rp25,000	15	Pax	Rp375,000
Makan Siang Day 3	Rp25,000	15	Pax	Rp375,000
Makan Malam Day 1	Rp25,000	15	Pax	Rp375,000
Makan Malam Day 2	Rp25,000	15	Pax	Rp375,000
Snack (Ubi, Singkong, Kentang)	Rp75,000	1	Box	Rp75,000
Bandreks/Bajigur	Rp50,000	1	Box	Rp50,000
Publication & Documentation				
Media Rilis Lokal	Rp150,000	2	Pcs	Rp300,000
Banner/Spanduk (3x2 m)	Rp125,000	1	Pcs	Rp125,000
Hadiah				
Juara 1	Rp1,000,000	1	Pcs	Rp1,000,000
Juara 2	Rp750,000	1	Pcs	Rp750,000
Juara 3	Rp500,000	1	Pcs	Rp500,000
Pembicara				
Pembicara 1	Rp1,000,000	1	Pax	Rp1,000,000
Pembicara 2	Rp1,000,000	1	Pax	Rp1,000,000
Pembicara 3	Rp600,000	1	Pax	Rp600,000
Akomodasi Pembicara 1	Rp500,000	1	Night	Rp500,000
Transport Pembicara 1	Rp300,000	2	Trip	Rp600,000
Konsumsi Pembicara 1	Rp25,000	6	Course	Rp150,000

Akomodasi Pembicara 2	Rp500,000	1	Night	Rp500,000
Transport Pembicara 2	Rp300,000	2	Trip	Rp600,000
Makan Pembicara 2	Rp25,000	6	Course	Rp150,000
Akomodasi Pembicara 3	Rp425,000	1	Night	Rp425,000
Makan Pak Pembicara 3	Rp25,000	3	Course	Rp75,000
TOTAL				Rp13,139,500
DANA TAK TERDUGA (10%)				Rp1,313,950
GRAND TOTAL				Rp14,453,450

3.3 Target Luaran/Publikasi

Berdasarkan metodologi pelaksanaan yang telah diuraikan di atas, luaran yang akan dihasilkan dari *special event* “Niskala Camp 2024” adalah logo dan identitas *event*, *collateral event items* berupa kaos, banner, dan poster *event*, rancangan *event* secara detail, materi promosi berupa *digital campaign* di media sosial Instagram dan Whatsapp, serta *press release* yang akan disebarakan ke berbagai media untuk dipublikasikan.

Niskala Camp 2024 akan didokumentasikan dan dipublikasikan melalui media sosial Instagram dengan nama akun @niskalacamp.id dan *website* gmls.org sebagai *owned* media serta akan dipublikasikan oleh media massa melalui pemberitaan *online* dan cetak sebagai *paid* atau *earned media*. Adapun rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan akan dikumpulkan menjadi satu *video aftermovie* yang akan dipublikasikan melalui media sosial Instagram serta Youtube GMLS.