

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Tahapan pada manajemen *event* dapat digunakan untuk mencapai tujuan penyelenggaraan acara. Tujuan acara ini adalah untuk menyadarkan para pedagang keliling di Desa Panggarangan bahwa mereka dapat menjadi agen komunikasi untuk menyebarkan informasi mengenai bencana tsunami dan gempa bumi. Untuk merancang acara yang sukses dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dilakukan lima tahapan manajemen *event* menurut Goldblatt (2013), yaitu berupa riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi (Lestari, 2021, 2).

3.1.1 Riset

Tahap ini membutuhkan riset dan informasi sebanyak mungkin agar dapat mengetahui permasalahan dan kebutuhan suatu daerah. Pelaksanaan riset dimulai dengan memperhatikan lima komponen pertanyaan, yaitu 5W (*what, who, where, when, why*). Hal yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tersebut adalah dengan melakukan analisis situasi dan wawancara. Pengumpulan data dan informasi diawali dengan melakukan pengenalan kondisi masyarakat di Desa Panggarangan melalui Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Setelah itu, penulis mengikuti salah satu kegiatan Pendidikan dan Latihan Dasar (Diklatsar) yang mengajak penulis untuk berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Melalui kegiatan tersebut, penulis mulai mengenal karakteristik masyarakat dan situasi di sekitar Desa Panggarangan.

Pengumpulan data dan informasi kemudian dilanjutkan dengan metode *door to door*, dimana penulis mendatangi masyarakat, termasuk dengan membeli jajanan dari para pedagang dan penjaga warung untuk mendapatkan kesempatan berbincang-bincang mengenai kondisi di daerah tersebut. Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan masyarakat, didapatkan hasil bahwa masih banyak masyarakat yang acuh tak acuh dengan potensi bencana di daerah Lebak Selatan, terutama masyarakat yang tinggal di daerah yang lebih tinggi. Hal ini menyebabkan masyarakat kekurangan pengetahuan mengenai langkah mitigasi dan penanggulangan bencana yang tepat. Maka dari itu, penulis memilih bidang pendidikan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai kesadaran akan adanya potensi bencana dan bagaimana cara menghadapinya.

Selama kegiatan riset berlangsung, penulis sering bertemu dengan pedagang-pedagang keliling sehingga tercipta rencana untuk menjadikan para pedagang tersebut sebagai agen komunikasi yang mampu menyebarkan informasi tentang bencana kepada masyarakat sekitar. Hal tersebut dikarenakan penulis melihat pedagang keliling sebagai bagian masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dan berpotensi untuk bertemu dengan banyak orang yang menjadi pelanggannya. Rencana itu juga didukung dengan adanya hubungan baik antara Abah Lala (Bapak Anis Faisal Reza) yang merupakan ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan dengan orang-orang yang berperan penting pada komunitas pedagang keliling yang ada di Lebak Selatan. Hubungan baik tersebut bisa menjadi salah satu motivasi bagi pedagang keliling untuk menyebarkan informasi mengenai bencana yang berpotensi melanda Lebak Selatan.

Akhirnya penulis memutuskan untuk melakukan wawancara dengan beberapa pedagang keliling yang berjualan di tempat-tempat yang ramai, seperti Terminal Bayah dan sekolah-sekolah di Kampung Panggarangan. Selain itu, penulis juga berinteraksi dengan para pedagang yang berjualan melewati Vila Hejo Kiarapayung. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih dalam mengenai karakteristik para pedagang keliling sehingga penulis bisa merancang acara yang efektif dan dapat diterima oleh pedagang-pedagang keliling. Berikut ini beberapa data narasumber yang akan diwawancarai.

Tabel 3. 1 Narasumber untuk Riset

No.	Nama	Peran
1.	Anis Faisal Reza	Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan
2.	Kang Elon	Pedagang sayur keliling dari komunitas PKC
3.	Kang Aldo	Pedagang telur gulung dan takoyaki dari komunitas PKC
4.	Kang Ali	Pedagang odong-odong dari komunitas Zipac
5.	Kang Yegi	Pedagang cilok keliling

Dalam menentukan acara yang akan diselenggarakan, peneliti melihat referensi dari karya terdahulu yang juga dilakukan di Vila Hejo Kiarapayung oleh salah satu anggota *MBKM Humanity Project Batch 3*, Stephanie Shannonly. Salah satu kegiatan yang diadakan beliau adalah kegiatan sosialisasi untuk komunitas ojek pangkalan di Cimangpang mengenai mitigasi bencana dan diterima dengan baik oleh komunitas tersebut. Hal ini ditulis dalam laporan beliau yang berjudul “Peran Ojek Pangkalan Cimangpang Sebagai Agen Komunikasi Mitigasi Bencana Berbasis *Ambient*

Unconventional Media.” Selain itu, penulis juga mengamati sikap beberapa pedagang keliling yang terlihat gemar mengobrol dan bercanda dengan pelanggannya.

Melalui berbagai data dan informasi yang dikumpulkan, dibuatlah *SWOT analysis* untuk melihat kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman yang muncul pada acara seminar yang akan diselenggarakan.

Tabel 3. 2 *SWOT Analysis* Acara Pedagang Siaga

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Kegiatan seminar yang interaktif dapat menambah wawasan pedagang keliling	Kegiatan seminar tidak dapat diikuti oleh seluruh pedagang keliling di Lebak Selatan.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
Pengetahuan masyarakat tentang bencana gempa bumi dan tsunami dapat bertambah ketika pedagang melakukan misinya sebagai agen komunikasi.	Tidak semua pedagang keliling peduli dengan potensi bencana di Lebak Selatan dan hanya memedulikan keuntungan.

3.1.2 Desain

Setelah melakukan riset, selanjutnya yang perlu dilakukan adalah membuat desain mengenai konsep acara yang akan diselenggarakan. Acara Pedagang Siaga mengangkat tema mitigasi bencana gempa bumi dan tsunami yang dikemas dalam kegiatan edukasi berupa seminar. Kegiatan seminar dilakukan karena acara diadakan untuk komunitas pedagang keliling Zipac dan PKC dengan total *target audience* adalah 20 orang. Komunitas pedagang keliling tersebut sebagian besar terdiri dari bapak-bapak yang senang

berkumpul untuk berbincang-bincang dan bercanda bersama. Maka dari itu, kegiatan seminar ini dirancang dengan cara yang lebih santai dan interaktif.

Materi pada seminar akan terbagi menjadi dua sesi, yang pertama adalah sesi bagaimana cara membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan sesi kedua adalah apa yang harus dilakukan untuk menyebarkan informasi mengenai bencana, terutama gempa bumi dan tsunami. Kedua materi ini terhubung karena pedagang yang mampu membangun kepercayaan pelanggan akan lebih mudah untuk menyebarkan informasi yang ada. Pelanggan yang sudah mengenal dan mempercayai pedagang, cenderung lebih terbuka dalam menerima informasi (Angelia, 2021).

Acara yang akan diselenggarakan memiliki sebutan acara “Pedagang Siaga.” Nama tersebut diambil dari kata Pedagang, yang merupakan sasaran utama dari acara ini dan juga kata Siaga yang bermakna selalu siap sedia. Sehingga Pedagang Siaga memiliki arti pedagang yang selalu siap sedia dalam melayani kebutuhan pelanggannya dan juga siap sedia dalam menyebarkan informasi mengenai bencana yang mungkin melanda daerahnya, terutama gempa bumi dan tsunami. Harapannya, nama ini bisa menjadi pengingat dan motivasi para peserta untuk menjalankan misinya sebagai Pedagang Siaga.

Untuk membuat rancangan acara yang lebih sederhana, jelas, dan terstruktur, penulis membuat *Business Model Canvas* (BMC) sehingga dapat melihat aspek-aspek penting pada acara yang dibuat. Melalui BMC, penulis dapat mengidentifikasi sembilan aspek penting yang berkaitan dengan *key partners*, *key activities*, *key resources*, *cost*, *value proposition*, *customer relationships*, *channels*, *customer segments*, dan *revenue*.

Tabel 3. 3 Business Model Canvas Acara Pedagang Siaga

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - Pemerintah daerah - Media lokal - Kolaborator Gugus Mitigasi Lebak Selatan 	<ul style="list-style-type: none"> - Penyusunan materi - Pelaksanaan seminar - Evaluasi - Monitoring pelaksanaan misi peserta 	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan pengetahuan cara berniaga - Wawasan penyelamatan diri dari bencana - Memberikan peran baru kepada pedagang keliling sebagai agen komunikasi bencana 	<ul style="list-style-type: none"> - Interaksi personal secara langsung - Interaksi melalui Whatsapp 	<ul style="list-style-type: none"> - Pedagang keliling - Masyarakat Lebak Selatan
	Key Resources <ul style="list-style-type: none"> - Narasumber terkait bencana - Materi seminar - Tempat dan fasilitas seminar 		Channels <ul style="list-style-type: none"> - Instagram & Whatsapp - Poster - Vila Hejo Kiarapayung 	
Cost			Revenue	
<ul style="list-style-type: none"> - Honor dan akomodasi narasumber - Logistik dan fasilitas (sewa tempat, konsumsi, dekorasi) - Promosi dan pemasaran - Produksi materi (collateral) 			<ul style="list-style-type: none"> - Sponsorship 	

Dengan mempertimbangkan aspek-aspek penting yang ada, penulis membuat rancangan kegiatan yang sekiranya dapat diselenggarakan dalam kurun waktu tiga tahun ke depan. Hal ini dilakukan agar acara seperti Pedagang Siaga ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat kepada lebih banyak orang. Rancangan kegiatan ini utamanya adalah dengan memberikan pengetahuan mendalam mengenai mitigasi bencana yang berpotensi melanda Lebak Selatan kepada sasaran utama dan membentuk sebuah komunitas dari sasaran tersebut sehingga dapat mengadakan pertemuan secara rutin. Kemudian meningkatkan kesiapsiagaan sasaran terhadap bencana dengan menyelenggarakan simulasi bencana ataupun *workshop* sehingga sasaran mampu menghadapi bencana dan mengajarkannya kepada orang lain. Terakhir, menyelenggarakan kegiatan terkait upaya pemulihan bencana. Misalnya dengan mengadakan *workshop* terkait kestabilan emosi dan rehabilitasi sehingga sasaran lebih siap ketika harus melakukan upaya pemulihan setelah terjadi bencana. Berikut ini rangkuman perancangan kegiatan yang dimaksud.

Tabel 3. 4 Rancangan Acara 3 Tahun Mendatang

	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3
Sasaran	Pedagang keliling	Guru dan dosen pendidikan	Pemuka agama
Alasan	Pedagang berpotensi bertemu dengan banyak pelanggan yang merupakan masyarakat di wilayah sekitarnya sehingga dapat menjadi agen komunikasi yang efektif	Guru memiliki kemampuan menyampaikan informasi yang baik dan para murid kemungkinan besar akan mendengarkan serta mengikuti instruksi dari guru yang sudah dikenalnya.	Pemuka agama memiliki pengaruh yang cukup besar dan akan lebih dipercaya oleh umatnya. Pemuka agama biasanya memiliki kemampuan menyampaikan informasi yang baik dan pastinya sering bertemu dengan masyarakat sekitar yang menjadi umatnya.
Kegiatan 1	Seminar tentang upaya menyelamatkan diri dari bencana	Seminar tentang upaya menyelamatkan diri dari bencana	Seminar tentang upaya menyelamatkan diri dari bencana
Kegiatan 2	Simulasi menghadapi bencana	Simulasi menghadapi bencana sekaligus mengajak murid-muridnya untuk mengikuti simulasi	Simulasi menghadapi bencana
Kegiatan 3	Workshop terkait kestabilan emosi dan cara menjadi agen komunikasi bencana	Workshop terkait kestabilan emosi dan cara menjadi agen komunikasi bencana	Workshop terkait kestabilan emosi dan cara menjadi agen komunikasi bencana
Kegiatan 4	Evaluasi	Evaluasi	Evaluasi
KPI	Mengajak para pedagang di luar Desa Panggarangan dengan kapasitas peserta yang lebih banyak (20-30 peserta)	Guru di sekolah-sekolah yang belum pernah mengikuti simulasi bencana ataupun mendapatkan materi mengenai mitigasi bencana. Mengajak setidaknya 15-20 guru	Mengajak pemuka agama yang berpengaruh, setidaknya 15-20 peserta

3.1.3 Perencanaan

Pada tahap ini, terdapat tiga unsur penting yang perlu diperhatikan, yaitu waktu, tempat, dan tempo. Acara Pedagang Siaga akan diadakan pada hari Sabtu, 11 Mei 2024 pukul 19:00 WIB. Pemilihan waktu tersebut ditentukan setelah berdiskusi dengan beberapa pedagang keliling yang menyatakan bahwa mereka biasanya selesai berjualan pada sore atau malam hari dan sebagian pedagang lebih memiliki waktu luang pada akhir pekan. Tempat yang dipilih penulis untuk menyelenggarakan acara ini adalah Pendopo, di Vila Hejo Kiarapayung. Tempat ini dipilih karena komunitas pedagang keliling sudah memiliki hubungan yang baik dengan Bapak Anis (Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan) sehingga para pedagang sudah mengenal Vila Hejo Kiarapayung. Selain itu,

Pendopo juga merupakan tempat yang cukup luas dan dapat menampung kurang lebih 40 orang. Fasilitas yang ada di Pendopo juga cukup memadai untuk melaksanakan seminar, terdapat layar untuk proyektor, *microphone*, dan *speaker*.

Untuk tempo acara yang dimaksud adalah waktu untuk mempersiapkan acara hingga hari penyelenggaraan acara. Waktu persiapan acara dimulai dari pertengahan bulan Maret untuk mempersiapkan materi, menentukan narasumber yang sesuai, membuat kolateral, dan membeli kebutuhan lainnya yang dapat mendukung keberlangsungan acara. Waktu persiapan ini juga dilakukan untuk melakukan koordinasi dan perizinan dengan pihak-pihak yang terlibat. Sedangkan hari penyelenggaraan acara dilakukan pada 11 Mei 2024 dengan durasi sekitar dua jam dari pukul 19:00-21:00 WIB.

Tabel 3. 5 Timeline Acara Pedagang Siaga

Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset Lapangan																
Perencanaan <i>Event</i>																
Penyusunan Materi Seminar																
<i>Approach & Briefing</i> Narasumber																
<i>Approach</i> Pedagang Keliling																
Persiapan Kebutuhan Seminar																
Pelaksanaan Acara																
<i>After Movie & Behind The Scene & Video Case Study</i>																
Evaluasi (<i>Pre-test & Post-test</i>)																

3.1.4 Koordinasi

Setelah melalui beberapa tahapan, ketua pelaksana memiliki tugas untuk melakukan koordinasi efektif sehingga seluruh persiapan dan pelaksanaan hari acara dapat berjalan lancar. Koordinasi tersebut dilakukan dengan pihak-pihak yang terlibat pada acara Pedagang Siaga. Pihak-pihak yang terlibat terdiri dari mitra Pedagang Siaga, yaitu Gugus Mitigasi Lebak Selatan, narasumber, dan teman-teman *dari MBKM Humanity Project Batch 4* yang akan membentuk beberapa divisi untuk membantu keberhasilan acara.

Tim terbagi menjadi enam divisi, yaitu moderator, *timekeeper*, operator, konsumsi, dokumentasi, dan registrasi. Tugas moderator adalah memastikan acara seminar Pedagang Siaga berjalan dengan lancar dan efektif sesuai dengan rencana yang telah disiapkan. Sedangkan tugas *timekeeper* adalah untuk memastikan durasi acara berlangsung sesuai dengan *rundown* yang telah dibuat. Kemudian, tugas operator adalah mempersiapkan proyektor dan mengganti halaman PowerPoint yang menjadi sarana bagi narasumber untuk menyampaikan materinya. Tugas divisi konsumsi adalah mempersiapkan konsumsi dan camilan yang akan dibagikan kepada peserta acara. Tugas dokumentasi adalah mengabadikan seluruh rangkaian acara dari awal sampai selesai dalam bentuk foto dan video. Dan yang terakhir, tugas divisi registrasi adalah mendata seluruh peserta yang hadir pada Acara Pedagang Siaga.

3.1.5 Evaluasi

Tahap terakhir pada proses manajemen *event* adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui keberhasilan dan dampak dari acara yang diselenggarakan. Evaluasi acara Pedagang Siaga akan dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada peserta mengenai materi yang disampaikan pada seminar. Pertanyaan tersebut akan diberikan sebelum acara dimulai dan setelah acara selesai. Selain itu, akan ada wawancara yang dilakukan kepada beberapa peserta untuk membagikan pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan selama acara berlangsung.

3.2 Anggaran

Dalam menyelenggarakan acara Pedagang Siaga, diperlukan biaya untuk mempersiapkan keberlangsungan acara. Berikut ini merupakan rencana perlengkapan beserta biaya yang dibutuhkan untuk acara.

Tabel 3. 6 Rencana Biaya Anggaran Acara Pedagang Siaga

KEGIATAN	DESKRIPSI	JUMLAH	HARGA SATUAN	HARGA TOTAL
Seminar	<i>Fee</i> Narasumber	2	-	Rp1,400,000
	Akomodasi Narasumber	1	Rp500,000	Rp500,000
	Cetak Undangan	40	Rp2,250	Rp90,000
	Cetak <i>Pre-test</i>	30	Rp1,000	Rp30,000
	Cetak <i>Post-test</i>	30	Rp1,000	Rp30,000
	<i>Sound System (Speaker & Mic)</i>	1	Rp100,000	Rp100,000
	Sewa Pendopo	1	Rp200,000	Rp200,000
	Sertifikat	24	Rp2,840	Rp68,160
Kolateral	Pen	30	Rp2,000	Rp60,000
	Buku Tulis	30	Rp4,500	Rp135,000
	Stiker	7	Rp15,000	Rp105,000

	Cetak <i>Banner</i>	1	Rp90,000	Rp90,000
	Infografis	24	Rp3,500	Rp84,000
	Pin	30	Rp2,000	Rp60,000
	<i>Goodie Bag</i>	30	Rp1,500	Rp45,000
Sembako	Gula	20	Rp20,000	Rp400,000
	Minyak Goreng	20	Rp22,000	Rp440,000
	Teh Celup	20	Rp7,000	Rp140,000
	Indomie	20	Rp4,500	Rp90,000
Konsumsi	Makan Malam	30	Rp20,000	Rp600,000
	<i>Snack</i>	30	Rp10,000	Rp300,000
	Air Mineral Gelas	1	Rp15,000	Rp15,000
Biaya Tak Terduga	Advertorial	5	150000	Rp750,000
TOTAL BIAYA				Rp5,732,160

Dalam merealisasikan biaya anggaran, terdapat perbedaan harga pada barang-barang yang dibeli oleh penulis, seperti harga sembako, akomodasi, dan beberapa kolateral yang dipilih. Sehingga realisasi biaya acara Pedagang Siaga dapat dilihat seperti di bawah ini:

Tabel 3. 7 Realisasi Biaya Acara Pedagang Siaga

KEGIATAN	DESKRIPSI	JUMLAH	HARGA SATUAN	HARGA TOTAL
Seminar	<i>Fee</i> Narasumber	2	-	Rp1,400,000
	Akomodasi Narasumber	1	Rp425,000	Rp425,000
	Cetak Undangan	40	Rp2,250	Rp90,000
	Cetak <i>Pre-test</i>	30	Rp1,000	Rp30,000
	Cetak <i>Post-test</i>	30	Rp1,000	Rp30,000
	<i>Sound System (Speaker & Mic)</i>	0.5	Rp100,000	Rp50,000
	Sewa Pendopo	0.5	Rp200,000	Rp100,000
	Sertifikat	24	Rp2,840	Rp68,160
Kolateral	Pen	30	Rp2,100	Rp63,000
	Buku Tulis	30	Rp4,300	Rp129,000
	Stiker	7	Rp13,200	Rp92,400

	Cetak <i>Banner</i>	1	Rp90,000	Rp90,000
	Infografis	24	Rp3,400	Rp81,600
	Pin	30	Rp2,100	Rp63,000
	<i>Goodie Bag</i>	30	Rp1,250	Rp37,500
Sembako	Gula	10	Rp4,500	Rp22,500
	Minyak Goreng	10	Rp16,000	Rp160,000
	Teh Celup	10	Rp6,250	Rp62,500
	Kecap	10	Rp1,800	Rp18,000
	Indomie	20	Rp2,000	Rp40,000
Konsumsi	Makan Malam	30	Rp15,000	Rp450,000
	<i>Snack</i>	30	Rp15,700	Rp471,000
	Air Mineral Gelas	1	Rp15,000	Rp15,000
Biaya Tak Terduga		-	-	Rp40,000
TOTAL BIAYA				Rp4,028,660

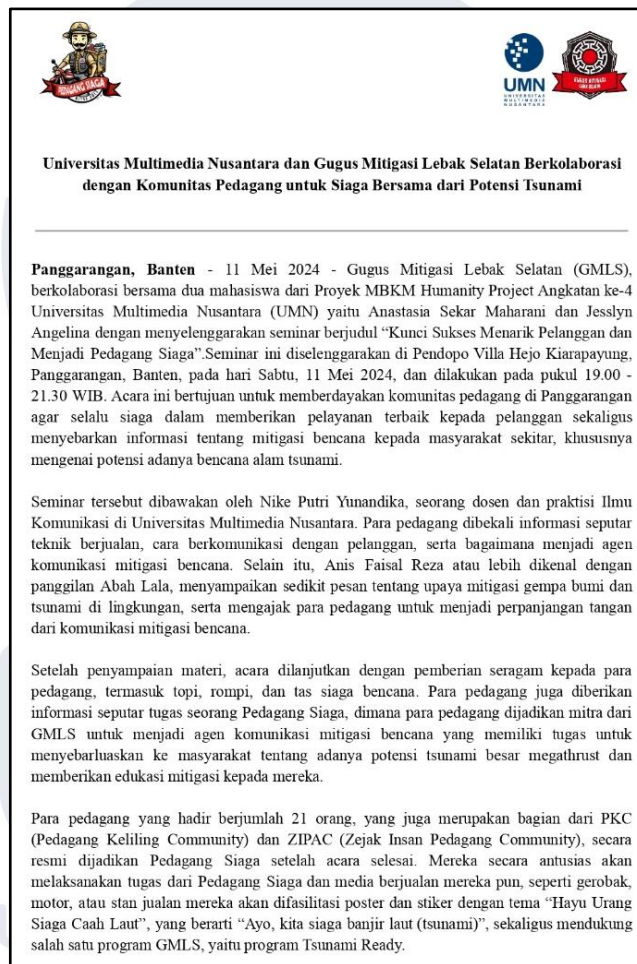
*Tabel warna biru artinya biaya dibagi dua dengan rekan MBKM Humanity Project Batch 4, Anastasia Sekar

Realisasi biaya anggaran acara Pedagang Siaga lebih kecil dibandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan dengan perbedaan sebesar Rp1,703,500. Hal ini dikarenakan penulis membeli sembako di tempat grosir sehingga mendapatkan harga yang lebih murah. Selain itu, penulis juga membagi dua biaya sembako dan biaya sewa pendopo serta *sound system* dengan Anastasia Sekar, rekan dari anggota MBKM Humanity Batch 4. Terakhir, advertorial untuk acara Pedagang Siaga tidak memungut biaya untuk mengunggah *press release* acara.

3.3 Target Luaran/Publikasi

Target luaran acara Pedagang Siaga terbagi menjadi tiga, yaitu publikasi media cetak, peliputan dari beberapa media, dan publikasi digital. Perencanaan publikasi yang pertama adalah publikasi media cetak yang akan dilakukan dengan mencetak undangan untuk disebarakan kepada para pedagang keliling yang ditemukan. Kemudian acara Pedagang Siaga juga menargetkan peliputan dari berbagai media, terutama media lokal wilayah Banten. Hal ini dilakukan dengan cara mengirimkan *press release* beserta beberapa hasil dokumentasi

penyelenggaraan acara kepada pihak-pihak media. Harapannya, ada sejumlah media yang membuat artikel mengenai acara Pedagang Siaga ini dan mengunggahnya pada platform media tersebut sehingga acara ini bisa menjadi inspirasi bagi masyarakat di daerah lain yang mengalami potensi bencana serupa.



Gambar 3. 1 Press Release Acara Pedagang Siaga

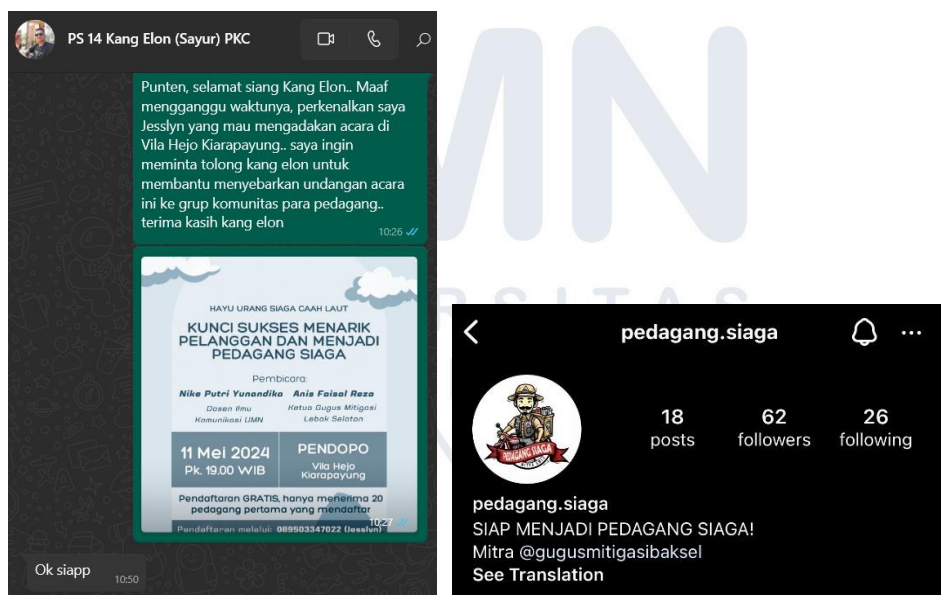
Berikut ini daftar media yang menjadi target acara Pedagang Siaga:

Tabel 3. 8 Target Publikasi Media Acara Pedagang Siaga

No.	List Target Media	No.	List Target Media	No.	List Target Media
1	Serpong Update	9	Harian Kompas	16	Detak Banten
2	Best Tangsel	10	Merdeka.com	17	Seputar Tangsel

3	Banten News	11	Palapa News	18	Tribunnews banten
4	Suara.com	12	Lensa Banten	19	Banten Satu
5	Radar Banten	13	Media kawasan	20	Tangerang Corner
6	Kompas.com	14	Warta Banten	21	Warta Kota
7	Tribunnews	15	Satelit News	22	Republika
8	Antara Banten				

Target luaran yang terakhir adalah publikasi digital, yang akan dilakukan dengan mengirim undangan kepada para pedagang melalui aplikasi WhatsApp dan meminta bantuan para pedagang untuk mengajak teman-temannya mengikuti acara Pedagang Siaga. Tidak hanya itu, publikasi digital juga dilakukan dengan membuat akun media sosial Instagram. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik akan adanya acara Pedagang Siaga yang dilakukan oleh mahasiswa *MBKM Humanity Project Batch 4* dari Universitas Multimedia Nusantara bersama Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Harapannya, kegiatan ini mendapatkan perhatian dan menjadi inspirasi bagi pihak eksternal maupun internal yang ingin menyelenggarakan kegiatan serupa.



Gambar 3. 2 Target Publikasi Acara Pedagang Siaga