



# BAB I

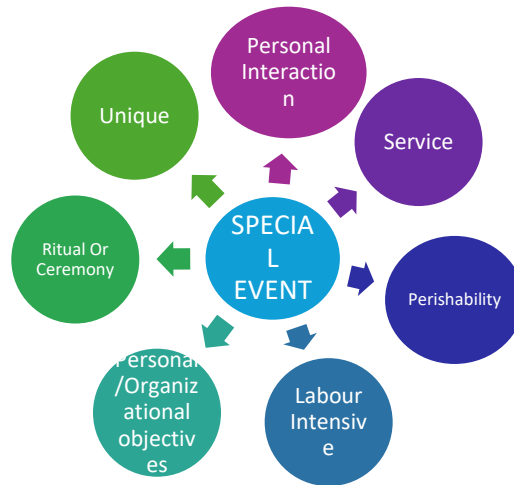
## FONDASI ACARA: KONSEPTUALISASI DAN PERUMUSAN IDE

Bab ini menjelaskan dasar dari Special event, tujuan, karakteristik dan penentuan konsep atau konseptualisasi hingga perumusan ide. Special event atau kegiatan khusus adalah kegiatan yang memiliki maksud untuk menarik perhatian publik dan media massa mengenai produk tertentu maupun organisasi tertentu. Penyelenggaraan acara - acara besar yang potensial untuk menarik perhatian khalayak. Joe Goldblatt mendefinisikan Special Event dalam bukunya merupakan ajang khusus sebagai keadaan istimewa yang dirayakan dengan rangkaian upacara (perayaan) dan ritual guna mendapatkan kepuasan dari suatu kebutuhan tertentu. Berikut kutipannya:

*I defined Special Event as a unique moment in time celebrated with ceremony and ritual to satisfy specific needs (Goldblatt, 2002).* Tujuan Special Event diadakan adalah untuk mempromosikan produk atau perusahaan agar lebih dikenal oleh publik sasaran dan tujuan tersebut akan lebih terlihat nyata bila hal itu diliput dari media massa sehingga muncul publisitas bagi produk atau organisasi yang sedang dipromosikan tersebut. Menurut Tom Duncan (2003) tujuan kegiatan khusus adalah:

1. Mempengaruhi khalayak atau umum
2. Mengasosiasikan sebuah merek dengan suatu kegiatan, gaya hidup individu tertentu.
3. Menjangkau target sasaran yang lebih luas
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek, produk maupun organisasi/perusahaan yang kemudian akan ikut meningkatkan pengetahuan masyarakat. Selain tujuan special event

atau kegiatan khusus memiliki karakteristik jika dibandingkan kegiatan lainnya. Shone (2004) menjelaskan karakteristik Kegiatan Khusus.



Gambar 1.1 Karakteristik Kegiatan Khusus / *Special Event*

Dari Gambar diatas dapat dijelaskan:

1. Personal Interaction

Kegiatan khusus memiliki harapan adanya interaksi antara pihak penyelenggara dan peserta dengan publik. Melalui kegiatan khusus organisasi atau perusahaan dapat bertatap muka langsung dengan masyarakat sehingga komunikasi yang muncul yaitu komunikasi interpersonal. Publik bisa langsung menanyakan kepada organisasi atau perusahaan mengenai produk yang ditampilkan.

2. Service

Tujuan penyelenggaraan special event antara lain memberikan layanan dalam bentuk informasi, pendidikan, pengetahuan maupun hiburan kepada publik. Misalnya organisasi dapat memberikan hiburan kepada masyarakat untuk

menunjukkan kepedulian serta memberikan pemahaman mengenai perkembangan produk.

### 3. Perishability

Kegiatan khusus merupakan kegiatan yang penuh risiko, perlu banyak dana, waktu dan tenaga yang jika tidak dikelola dengan baik maka akan mengarah ke kegagalan. Dapat diartikan dana dan tenaga menjadi sia-sia.

### 4. Labour Intensive

Kegiatan khusus membutuhkan banyak tenaga atau sumber daya manusia, karena ada banyak kegiatan yang perlu dipersiapkan dan dilakukan. Kebutuhan sumber daya manusia bergantung pada bentuk dan ukuran kegiatan khusus tersebut, Semakin kompleks acara maka semakin banyak tenaga yang diperlukan,

### 5. Personal / Organization Objectives

Kegiatan khusus harus memiliki tujuan yang jelas, spesifik, terukur dan dapat dicapai. Inti dari kegiatan khusus pada dasarnya yakni tujuan komunikasi, yang menekankan aspek kognitif, afektif dan konatif. Tujuan mengarah pada visi dan misi organisasi / perusahaan.

### 6. Unique

Kegiatan khusus dirancang guna memunculkan kesan positif dan moment tidak terlupakan bagi publik dalam jangka waktu yang lama. Supaya hal tersebut dapat tercapai oleh karena itu kegiatan khusus harus dikemas dalam bentuk unik dan menarik yang secara harfiah kegiatan khusus harus memiliki bentuk dan penampilan yang lain dari yang lain atau sesuatu yang belum pernah ditampilkan sebelumnya.

### 7. Ritual and Ceremony

Kegiatan khusus sarat dengan ritual dan upacara sehingga keberadaan pembawa acara atau MC dan keprotokolan menjadi sangat penting. Pembawa acara bertugas mengatur jalannya acara agar lebih menarik dan terkesan tidak membosankan bagi publik.

Keprotokolan penting untuk mengatur tata tempat, tata penghormatan dan tata upacara bagi pejabat - pejabat pemerintahan khususnya pada acara - acara kenegaraan.

Menurut Walter dan Rashid (2013), *Special events* merupakan sesuatu kegiatan yang terjadi karena adanya tujuan tertentu yang ingin dicapai dan pelaksanaannya dilakukan secara tidak rutin. Terdapat tiga komponen utama yang akan menjadi dasar dari pembentukan suatu event yaitu: *purpose, people, and place*. Setelah tiga komponen tersebut ditetapkan, tiga komponen utama tersebut dikembangkan ke dalam pembentukan konsep acara, tema acara, hingga format dari acara yang akan di bahas lebih lanjut pada subbab selanjutnya.

a. Penetapan Tujuan

Mengenai tujuan utama penyelenggaraan acara, peluncuran produk baru, meningkatkan brand awareness ataupun merayakan pencapaian penting misal sedekah bumi, upacara hari jadi suatu daerah.

b. Pemahaman Audiens (People)

Mengidentifikasi siapa yang akan hadir dan diundang atau menjadi target acara, serta memahami minat dan kebutuhan mereka.

c. Penentuan lokasi (Place)

Pemilihan tempat yang sesuai dengan tema acara, tujuan dan jumlah peserta serta memastikan lokasi tersebut dapat mendukung pengalaman unik bagi peserta.

d. Perencanaan Anggaran

Menentukan alokasi dana yang dibutuhkan untuk setiap aspek acara, persiapan, hingga pelaksanaan

e. Pengembangan Isi Acara

Penyusunan program - program, aktivitas serta para pendukung acara seperti hiburan,

f. Perekrutan Tim

Rekrut tim yang terdiri dari orang - orang yang kompeten dan berpengalaman dalam menangani event.

g. Promosi dan Evaluasi acara

Promosikan acara dengan berbagai cara seperti email, lewat media sosial maupun memanfaatkan iklan - iklan kemudian setelah acara terlaksana perlu melakukan evaluasi untuk mengukur kesuksesan serta mempelajari hal apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan acara di masa mendatang.

Aspek Penting dalam konseptualisasi event adalah

✓ Keunikan

Terdapat originalitas dari suatu hal (budaya, adat istiadat, kekayaan alam) di suatu daerah atau memiliki cir

✓ Keterlibatan Peserta

Menarik audiens menjadi bagian dari sebuah acara sehingga muncul keterlibatan emosional yang akan memberikan pengalaman maupun kesan bagi mereka.

✓ Dampak

Memberikan pengaruh, manfaat maupun meinggalkan kesan yang mendalam bagi peserta

✓ Strategis

Penyelenggaraan acara mempertimbangkan faktor lokasi, waktu dan suasana yang strategis

Dalam perencanaan penyelenggaraan special event mengandung nilai - nilai dan filosofis. Nilai dan Filosofis dari special event yaitu

- 1) Perayaan momen penting = acara menjadi sarana untuk merayakan hal - hal penting dan bermakna yang kegiatannya terencana dengan baik dan dapat menciptakan momen yang luar biasa, berkesan dan berbeda dari kehidupan sehari - hari.

- 2) Komunikasi yang efektif = Special event dirancang untuk berkomunikasi secara efektif kepada target audiens, tentu dengan strategi dan persiapan yang matang guna mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.
- 3) Dampak yang lebih luas = Selain bermanfaat langsung bagi peserta, filosofi special event juga mencakup dampak sosial, budaya, ekonomi yang lebih luas pada masyarakat maupun lingkungan.

### **1.1. Penetapan Visi, Misi, dan Objektif Acara: Merumuskan tujuan fundamental penyelenggaraan (konservasi, komersialisasi, edukasi).**

Riset awal guna menganalisis situasi perlu dilakukan untuk memperoleh data dan fakta aktual dilapangan yang digunakan sebagai bahan atau dasar pembuatan perencanaan special event. Setiap metode penelitian pada dasarnya dapat diterapkan baik yang bersifat kuantitatif dan kualitatif. Ada enam elemen penting dalam perencanaan special event meliputi *why, whom, when, where, what dan how*. Semua elemen ini harus ada dan menentukan kesuksesan suatu special event. sehingga penelitian ini mesti dilakukan. Hasil riset dapat menjadi acuan untuk menyusun rencana kegiatan. Jika tidak dilaksanakan dengan baik akan diperoleh hasil yang kurang baik pula. Riset juga dapat digunakan untuk bisa mencapai visi dan misi dari kegiatan khusus. Visi pengadaan special event dalam komunitas adalah mempererat tali silaturahmi dan kebersamaan antar anggota komunitas. Sedangkan misi yaitu menyediakan platform untuk interaksi sosial dan budaya dan beragam, meningkatkan rasa bangga dan kepemilikan terhadap komunitas, memastikan partisipasi maksimal dari seluruh anggota komunitas dalam acara serta memberikan edukasi ataupun pemahaman bagi masyarakat mengenai nilai - nilai budaya yang ditampilkan oleh komunitas. Pada perayaan Hari besar acara khusus memiliki visi misi tersendiri. Visi special event mengingatkan dan menginspirasi generasi mendatang

tentang nilai - nilai dan sejarah penting yang diperingati.

Kemudian untuk misi yaitu menciptakan konten edukatif yang menarik dan mudah dipahami, menghadirkan tokoh atau narasumber yang relevan dengan tema peringatan. Tidak hanya itu namun juga memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk berkontribusi dalam pelestarian nilai budaya dan sejarah.

## **1.2. Identifikasi dan Analisis Target Audiens.**

Ada beberapa tahapan dalam tahapan perencanaan special event. Pertama analisis situasi lanjut menentukan tujuan. Ketiga Menentukan target audiens. Keempat Menentukan program atau media. Selanjutnya menyusun jadwal dan anggaran dan terakhir adalah evaluasi. Mulai dari Analisis Situasi pada dasarnya merupakan tahapan penelitian yang berfungsi mengartikan tujuan, analisis target audiens, menetapkan pesan, membuat strategi media dan evaluasi dari event sebelumnya. Cara yang dilakukan yaitu dengan SWOT, FGD, survey, analisis, media serta opini dan riset motivasi. Beberapa langkah yang dilakukan untuk mengidentifikasi target audiens dengan tepat:

### **1. Analisis produk atau jasa**

Langkah pertama adalah memahami dan mengenali dengan baik produk atau jasa yang akan diperkenalkan. Manfaat dan keunggulan produk atau jasa sehingga dapat disesuaikan dengan individu yang membutuhkan atau menginginkan produk atau jasa tersebut.

### **2. Demografi**

Cakupan demografi dari aspek - aspek berikut: usia, jenis kelamin, pendidikan, lokasi geografis. Data demografis membantu menentukan target audiens lebih lanjut.

### 3. Analisis Psikografi

Psikografi meliputi aspek - aspek seperti: gaya hidup, minat dan hobi, nilai dan keyakinan, sikap serta opini. Psikografi dapat menciptakan pesan pemasaran yang lebih personal dan relevan.

### 4. Studi Perilaku konsumen

Mempelajari perilaku konsumen juga menjadi langkah penting dalam penentuan target audiens karena hal ini mencakup bagaimana audiens berinteraksi dengan produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk: kebiasaan membeli, preferensi saluran pemasaran dan tingkat loyalitas terhadap produk atau jasa sehingga nantinya perlu penyesuaian strategi pemasaran yang lebih efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi audiens.

### 5. Analisa kompetitor

Memberikan pengetahuan dan informasi yang berharga dalam menentukan target audiens, dengan mempelajari target audiens dari pesaing atau bagaimana kompetitor menjangkau audiens tersebut serta hal apa yang membuat audiens tertarik pada produk atau jasa kompetitor. Langkah yang perlu dilakukan yaitu mengamati *marketing campaign* kompetitor, membaca review dari konsumen pesaing, menganalisis konten dan media pemasaran yang digunakan.

Ketika target audiens tidak ditentukan

- Dana akan terbuang sia-sia  
Anggaran yang sudah dirancang dan diatur sesuai kebutuhan masing - masing akan tidak terserap dengan baik dikarenakan tidak tepat atau tidak efektif sehingga pengeluaran atau dana yang sudah dialokasikan tidak dapat mencapai tujuan dan menjadi sia-sia.
- Pesan tidak dimengerti oleh audiens karena tidak tepat sasaran  
Ketika riset tidak dilakukan maka tidak dapat dipetakan bagaimana model atau latar belakang audiens. Seperti contoh kegiatan khusus yang diadakan dalam hal edukasi namun yang

hadir audiens bukan dari kalangan pelajar sehingga informasi yang dibagikan tidak diterima secara efektif oleh audiens.

- Pesan atau informasi tidak sesuai dengan karakteristik audiens  
Jangkauan pesan yang semestinya sampai kepada yang dimaksud, pada akhirnya tidak dimengerti karena tidak dapat dipenuhi oleh penyelenggara acara. Misalnya ketika special event diadakan dengan misi pelestarian budaya namun pada daerah tertentu yang masih berpikiran skeptis atau budaya tidak selaras dengan agama akan menjadikan event tidak optimal karena pesan atau misi budaya yang akan disampaikan tidak dimengerti dan diterima dengan baik oleh audiens setempat.
- Tujuan organisasi maupun perusahaan tidak tercapai.  
Karakteristik audiens di Indonesia seperti salah satunya di regional Jawa Tengah cukup beragam. Sebagian besar masuk wilayah Kabupaten dan beberapa wilayah perkotaan, sehingga berbeda market pasar yang akan dijangkau.

### **1.3. Metodologi Pengembangan Konsep Acara yang Inovatif dan Otentik.**

Perencanaan sebuah event perlu memperhatikan hal - hal sebagai berikut

1. Temanya berkaitan dengan kondisi saat ini
2. Bersifat digital dengan teknologi terkini
3. Sustainable yang berarti harus memperhatikan keberlanjutan lingkungan, budaya dan ekonomi.

Konsep acara memegang peranan penting bagi pelaksanaan sebuah event. Tema tidak hanya sebagai identitas bagi sebuah acara, namun dapat membantu membentuk pengalaman yang berkesan bagi audiens atau peserta. Selain itu tema yang diimplementasikan dan dikemas dengan baik juga akan menjadi tolok ukur keberhasilan sebuah acara. Konsep memiliki peran sebagai panduan dalam menggabungkan semua

elemen acara agar berjalan secara harmonis sehingga mencapai tujuan.

Pada perencanaan tema dan konsep perlu dipersiapkan secara matang. Bagaimana memilih tema yang selaras dengan identitas acara serta menentukan konsep pelaksanaan yang relevan.

Merancang konsep mencakup gaya acara, mulai dari formal hingga santai.

Format acara (tatap muka, daring, hybrid) dan alur kegiatannya misalnya seminar bisnis bisa memakai konsep formal dengan panggung minimalis, backdrop profesional dan tata cahaya yang terang.

Konsep membantu setiap detail dalam acara agar saling berhubungan dan dapat menciptakan sebuah pengalaman yang konsisten.

Perencanaan *special event* bidang budaya pada umumnya dilakukan secara tatap muka atau luring, karena menampilkan bentuk gerak tari, kegiatan ritual yang membutuhkan berbagai elemen yang harmonis agar kegiatan khusus tersebut memberikan *multi player effect* bagi event. Selain itu guna memunculkan pengalaman yang berkesan bagi audiens, membangun interaksi secara langsung sangat dibutuhkan, maka dari itu membangun komunikasi dua arah dan pengemasan konsep yang berbeda dari event-event sebelumnya menjadi daya tawar tersendiri.

Perkembangan dunia digital turut menyumbang variasi terbaru dalam memunculkan konsep yang otentik. Agar event terkesan modern perlu adanya integrasi dengan konsep, seperti live streaming, pemakaian LED videotron dan penggunaan tata cahaya yang interaktif yang menarik perhatian audiens.

Hal ini telah dilakukan oleh para penyelenggara event untuk menambah nilai dari sebuah acara dalam menghidupkan suasana serta memberikan kesan positif terhadap audiens.

## BAB II

# MEMBANGUN TIM SOLID: STRUKTUR ORGANISASI DAN MANAJEMEN SDM

Pembahasan dalam bab ini menjelaskan mengenai bagan organisasi atau struktur organisasi dalam komunitas budaya lokal daerah. Struktur organisasi secara harfiah adalah pola hubungan serta susunan berbagai unit kerja atau komponen - komponen dalam suatu organisasi.

Berdasar struktur organisasi terlihat adanya pembagian kerja dan penjelasan berbagai fungsi maupun kegiatan yang dapat diintegrasikan untuk mencapai tujuan komunitas atau organisasi. (Mariana Simanjuntak, 2021). Sedang dari Journalism Today (Andi Facchrudin, 2019) struktur organisasi memiliki peran penting guna mengendalikan dan mengatur hubungan yang baik antar unit kerja sehingga bisa bekerjasama dengan maksimal. Pada umumnya mencakup tiga hal fungsi struktur organisasi, yaitu

1. Rantai Komando (*Chain of Command*)

Membantu pemimpin dalam menentukan tugas kepada timnya. Struktur organisasi dapat menjadi dasar estimasi jumlah orang yang mesti dimiliki pada sebuah divisi, departemen pada lini bisnis tertentu.

2. Memberi Kendali Terhadap Tugas (*Span of Control*)

Pemimpin dapat memberikan arahan terkait penugasan dan dapat menentukan siapa yang memiliki kinerja terbaik sehingga memperoleh promosi. Pemimpin dalam struktur organisasi berperan penting dalam memegang kembali atas organisasi atau perusahaannya, mengontrol dan mampu melakukan pengawasan hingga evaluasi atas tugas yang sudah diberikan kepada timnya.

### 3. Penentuan Pengambilan Keputusan (*Centralization*)

Pada struktur organisasi membuat sistem menjadi terarah dan memudahkan pengambilan keputusan.

Salah satu manfaat adanya struktur organisasi adalah membantu menempatkan individu-individu yang berpotensi dan memiliki kompeten sesuai dengan bidang serta keahliannya.

Pada komunitas lokal bidang budaya mengacu kepada struktur organisasi yang memiliki bagan struktur organik karena mewakili pendekatan yang lebih kolaboratif dan fleksibel. Fleksibilitas kemungkinan muncul guna membantu bisnis yang menavigasi industri yang bergerak cepat. Struktur organik mengedepankan pemberdayaan individual dimana mereka diberi kebebasan untuk berkembang secara profesional.

#### **2.1. Implementasi Filosofi Kolegial dalam Struktur Kepanitiaan Kontemporer.**

Suatu kepemimpinan dibutuhkan untuk mengembangkan suatu organisasi, Kepemimpinan kolektif kolegial lebih dipilih oleh para komunitas maupun organisasi karena didalamnya ada upaya yang dilakukan secara bersama, menggerakkan dan memanfaatkan keahlian orang lain secara selektif dengan peran pemimpin yang dapat memberdayakan individu pada sebuah tim guna mencapai tujuan bersama. (Tamara L. Friedrich, 2012)

Menurut **Otto Scharmer (2007)** kolegial bermakna tentang gagasan kepemimpinan “melingkar” semacam huruf U sehingga teori ini menggambarkan tentang teknis pengambilan kebijakan atas dasar pertimbangan bersama dalam hubungan kesetaraan, menumbuhkan tanggungjawab bersama karena masing - masing individu dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Setiap orang berhak berbicara dan menerima pendapat. Sebuah gagasan akan diputuskan secara bersama. Untuk menjaga harmoni kolegial, diharapkan sebuah heterogenitas,

seperti kesukuan, gender dan lainnya. Komunitas budaya lokal memegang teguh prinsip kebersamaan sehingga segala sesuatu atau yang berkaitan dengan komunitas akan menjadi topik bahasan bersama tanpa mengabaikan arahan maupun petunjuk dari ketua atau seseorang yang ditunjuk menjadi pemimpin komunitas.

## 2.2. Model Struktur Perencanaan: Definisi peran, fungsi, dan tanggung jawab.



Gambar 2.1 Event Planning Process

Dalam perencanaan produksi acara, perhatian terhadap detail adalah kunci. Penguasaan pemahaman dasar - dasar perencanaan acara sehingga dapat melaksanakan komponen acara yang sukses dan logistik acara yang sesuai harapan. Teknik dan peralatan juga dapat menjadi pendukung untuk memastikan bahwa setiap aspek acara selaras dengan sasaran dan tujuan.

Pada bab ini akan membahas elemen - elemen penting dalam perencanaan acara. Mulai dari menentukan tujuan, sasaran dan tema acara, menyusun anggaran, memilih tanggal dan lokasi yang tepat, karena memahami hal - hal dasar ini fundamental untuk perencanaan acara yang sukses. Menggambarkan komponen sebagai berikut:

1. Menetapkan sasaran dan tujuan acara SMART

Memastikan acara terukur, dapat di capai, relevan dan terikat waktu. Tujuan yang jelas dan terukur yang sejalan dengan tujuan acara. Tahap ini dapat dipantau kemajuannya dari pembentukan basis data sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan keputusan demi perbaikan acara di masa mendatang.

2. Membuat Rencana Anggaran

Menetapkan anggaran acara yang terencana dengan baik sangat penting agar supaya alokasi sumber daya menjadi efektif dan mencapai kesuksesan finansial. Proses penyusunan anggaran acara mulai dari mengidentifikasi semua pemasukan dan pengeluaran acara (cash flow) kemudian mengalokasikan pada setiap komponen. Memperhitungkan semua pembiayaan atau pengeluaran yang mencakup biaya langsung dan tidak langsung yang berkaitan dengan acara seperti kegiatan khusus. Perlu identifikasi dan melacak perputaran pendanaan secara cermat agar tidak ada permasalahan yang timbul dimasa mendatang. Ada pengeluaran yang harus dipertimbangkan saat membuat rencana anggaran, misalnya biaya sewa tempat, logistik, biaya makanan, materi promosi, biaya pengisi acara, transportasi, asuransi dan lain-lain. Perhitungan semua biaya dipastikan realistis dan dana telah dialokasikan sesuai dengan pos atau aspek keperluan acara. Selain itu memaksimalkan dampak anggaran dinilai membantu penghematan biaya. Mengoptimalkan anggaran acara dengan mengalokasikan dengan tepat ikut mendorong perolehan laba atas investasi (ROI).

### 3. Membuat Rencana Manajemen Acara

Rencana manajemen yang komprehensif mempengaruhi kelancaran pelaksanaan acara, kegiatan khusus. Rencana mencakup semua aspek yang terkandung dalam acara, sistem operasional logistik, promosi dan keterlibatan peserta. Rencana manajemen acara yang terperinci lebih memudahkan untuk mengorganisir dan memastikan keseluruhan tugas dan tanggung jawab yang dibutuhkan sudah diperhitungkan. Pemilihan penggunaan perangkat lunak juga berpengaruh dan sesuai secara spesifik dengan kebutuhan acara pada proses perencanaan. Hal tersebut memiliki peran panduan keseluruhan proses perencanaan acara berjalan dengan lancar dan tidak ada yang terlewat.

### 4. Membentuk tim dan menetapkan peran dan tanggungjawab

Komunikasi yang jelas dan pendelegasian yang efektif mengenai peran serta tanggungjawab menentukan kesuksesan acara. Menciptakan koordinasi yang efektif dan memastikan semua tugas tanggungjawab terselesaikan. Peran - peran yang terdefiniskan secara detail dan informasi panduan tentang cara mengelola dan mengkoordinasikan tim acara secara efektif membantu semua orang bisa bekerjasama demi mencapai tujuan bersama.

### 5. Memilih tanggal dan lokasi (venue) yang sempurna.

Tempat dan tanggal menjadi salah satu faktor penting bagi kelancaran acara, lokasi atau tempat menentuka suasana dan atmosfer, sedangkan tanggal mempertimbangkan siapa yang hadir dan seberapa antusias audiens. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi dan penyesuaiannya dengan tanggal dan tujuan acara.

- Kapasitas: berkaitan dengan jumlah peserta yang dapat ditampung
- Lokasi: Kemudahan akses dan memberikan kenyamanan bagi audiens

- Fasilitas: Penyediaan peralatan seperti audio visual, penyediaan food & beverages, fasilitas mushola, kamar mandi, dan fasilitas parkir.

- Biaya: Perkirakan dengan anggaran yang dialokasikan

Tanggal acara memainkan peran penting pada sebuah acara, berkaitan dengan pemilihan tanggal perlu mempertimbangkan hal berikut:

- Cocok dengan tujuan acara dan pilih tanggal yang dimana profesional dan industri tersedia
- Perhatikan musim, hari libur, dan acara lain sejenis yang dapat mempengaruhi kehadiran serta interaksi. Usahakan tidak bentrok dengan acara besar pada saat hari libur nasional karena mempengaruhi ketersediaan tempat.

## 6. Marketing dan Promosi Event

Melalui branding acara esensi tujuan dan target dapat dikomunikasikan dengan efektif. Menciptakan branding tidak bisa sembarangan. Ada elemen-elemen yang perlu diperhatikan seperti: logo acara, skema warna, identitas visual, konsistensi merek. Pemasaran dan promosi juga komponen penting untuk membuat acara menarik dan dapat menarik jangkauan audiens lebih luas lagi. Strategi pemasaran melalui berbagai saluran pemasaran sehingga promosi maksimal serta mendorong pendaftaran dan menghitung jumlah pengunjung apakah memenuhi target. Strategi yang perlu diterapkan yaitu.

### a. Promosi media sosial

Memanfaatkan platform media sosial populer dengan konten yang menarik, informatif, serta pelibatan atau mengajak audiens untuk partisipasi. Bermitra ataupun berkolaborasi dengan pihak eksternal dan memanfaatkan tagar acara dalam meningkatkan *engagement*.

b. Pemasaran melalui email

Membangun koneksi ataupun kemitraan dengan berkomunikasi teratur melalui email yang tertarget. Personalisasikan konten dalam proposisi nilai unik acara guna mendorong minat audiens.

c. Pembuatan konten

Menciptakan konten dan mengembangkannya menjadi konten menarik mengenai acara, melalui blog, artikel, video, podcast, memberikan edukasi audiens. Pendistribusian konten memanfaatkan berbagai saluran guna meningkatkan eksposur sehingga menarik calon audiens.

d. Kolaborasi dengan influencer

Bekerjasama dengan organisasi atau individual yang memiliki basis pendukung yang kuat dan pengaruh besar untuk acara, sehingga audiens pun juga meluas dengan jangkauan pengikutnya. Hal ini berlaku pula dalam upaya mendapatkan pembicara dan tamu yang berdampak spesial.

e. Pemasaran offline

Memakai cara tradisional seperti media cetak, iklan, dan mengajak komunitas-komunitas dan memastikan paparan dan audiens yang masih mengandalkan sistem konvensional.

Tugas dan tanggungjawab dalam organisasi tahap perencanaan (tim utama):

- 1) Direktur acara (Ketua): Mengawasi visi dan strategi
- 2) Manager Operasional/Manager acara: Mengelola logistik
- 3) Pimpinan pemasaran: Mengelola promosi dan komunikasi
- 4) Pimpinan Teknis: Mengawasi komponen virtual
- 5) Koordinator di tempat: Mengawasi kegiatan di tempat tersebut.

Pada komunitas budaya lokal biasanya tim merangkap tugas dan peran tanggungjawab, karena adanya aturan tertentu.

### **2.3. Aspek Fundamental dalam Komunikasi dan Alur Koordinasi Tim Perencana.**

Komunikasi yang buruk merupakan kendala besar dalam menggagalkan acara yang telah direncanakan sekalipun sudah dipersiapkan dengan matang. Tim acara menjadi penghubung dan kunci untuk memastikan kelancaran operasional acara. Jika personil atau orang yang menangani kekurangan maka berdampak pada kualitas layanan yang kurang atau rendah begitu pula jika individu dalam tim kebingungan dalam peran dan kurang komunikasi, pendelegasian tugas akan tumpang tindih atau terlewat serta waktu respons juga lambat. Maka dibutuhkan suatu komunikasi yang efektif dan respon cepat. Kegiatan khusus seringkali melibatkan pihak - pihak antara lain penulis, katering, hiburan, dekorasi, pengisi acara. Bekerja dalam suatu tim memerlukan kiat - kiat agar setiap anggota tim bekerjasama dengan baik. Dalam hal ini manager acara harus mampu mengkoordinir semua pihak yang terlibat secara adil. Tim mungkin harus mengkoordinir audiens, peserta dalam jumlah besar maupun kecil. Jumlah peserta yang besar lebih sulit dibandingkan yang sedikit.

Tahap persiapan direktur acara meneliti kesiapan komponen - komponen yang akan terlibat dalam kegiatan khusus kemudian mendistribukan tugas kepada manajer acara dan koordinator tiap divisi. Komponen terdiri dari:

- Cek *list* persiapan setiap kegiatan seperti konsumsi, publisitas, hiburan dan sebagainya
- Mengonfirmasi kembali setiap pihak yang terlibat (pengisi acara, MC, keamanan, katering, bagian parkir, bagian teknik)

- Membuat cek *list* kesiapan fasilitas - fasilitas yang dibutuhkan meliputi kursi, meja, kondisi ruangan, toilet, kondisi AC, penerangan dan fasilitas lainnya)
- Pengecekan *list* media yang akan meliput acara/ special event
- Pengecekan *list* media yang akan meliput acara/ special event
- Cek *list sponsorship* (kesepakatan kompensasi yang akan diberikan
- Cek spesifikasi panggung, *booth-booth* atau *tenant*, tempat pelaksanaan dan dekorasi, daya listrik dan sistem audio visual.

Alur koordinasi tim perencanaan pada komunitas lokal dari ketua atau pemimpin komunitas berkomunikasi dengan penanggungjawab kemudian setelah menemukan kesepakatan, ketua mengumpulkan tim guna merapatkan dan menjelaskan tugas masing - masing koordinator, semisal terkait kostum panggung menyerahkan kepada bagian wardrobe termasuk make up pengisi acara dan hiburan, kebutuhan logistik acara merupakan bagian tugas manager operasional. Mengenai publisitas, konten acara dan hal - hal informatif dalam event menjadi tugas manajer teknis. Setelah semua tugas sudah dikoordinasikan sesuai bagian serta pengecekan list sudah sesuai perencanaan, alur selanjutnya yaitu pembuatan timeline kerja sampai gladi bersih. General repetition atau gladi bersih adalah langkah yang harus dilakukan sebelum event. Kegiatan ini mencoba dan mengecek setiap sisi kegiatan sudah siap untuk dilaksanakan. Biasanya dilakukan satu atau dua hari sebelum hari pelaksanaan acara. Pihak - pihak yang terlibat wajib hadir dan mencoba melakukan aktivitas sama seperti yang akan dilakukan pada hari H. Munculnya kendala dan kekurangan pada gladi bersih dapat segera diperbaiki dan disempurnakan, sehingga pelaksanaan pun semuanya berlangsung dengan lancar. Tujuan gladi bersih ini selain mencoba dan menguji terkait rencana yang sudah dibuat apakah sesuai dengan yang dikerjakan, koordinasi antar pihak sudah berjalan efektif, setiap logistik dan fasilitas yang akan digunakan dalam kondisi siap digunakan dan sesuai spesifikasi kebutuhan.

Perencanaan special event harus disusun dengan sangat hati - hati dan teliti dengan basis data dan fakta yang diperoleh setelah analisis situasi. Apabila data dan fakta tidak tepat mempengaruhi perencanaannya, maka pelaksanaan special event juga tidak akan maksimal dan tidak akan memuaskan. Koordinasi antar pihak yang baik harus dilakukan dengan baik karena apabila tidak terjadi koordinasi maka setiap komponen dalam kegiatan khusus akan berjalan sendiri - sendiri sehingga tidak menjadi satu keatuan utuh guna mencapai tujuannya. Memunculkan konflik antar pihak yang pasti akan berdampak pada keberlangsungan suatu special event. Terkadang ada hal yang diluar prediksi misalnya pembatalan pengisi acara karena belum fix maka untuk mengantisipasi pihak penyelenggara perlu membuat surat perjanjian dengan pihak pengisi acara.

Berkaitan dengan rencana mengundang pejabat negara yang kehadirannya belum bisa dipastikan sehingga manajer acara harus mampu membuat rencana cadangan diimbangi dengan komunikasi ke tim untuk mengantisipasinya.

#### **2.4. Strategi Pelibatan Tenaga Sukarela dan Pemberdayaan Komunitas Lokal dalam Fase Perencanaan.**

Kegiatan khusus bidang budaya tidak dapat lepas dari sebuah pertunjukan kesenian rakyat, bisa dalam bentuk musik, tari, khususnya tari tradisional. Tari tradisional dalam upacara adat sangat melekat, baik sebagai perantara mencapai tujuan ataupun sebagai sarana pelengkap. Seperti saat daerah atau desa mengadakan pertunjukan atau upacara untuk mensyukuri hasil alam yang telah diperoleh juga simbol untuk keselamatan dan perlindungan. Tari tradisional secara koreografis telah mengalami proses garap yang sudah baku. Melewati proses kulturasi atau pewarisan budaya secara turun temurun. Jenis tarian bertumpu pada pola- pola tradisi atau garapan tari bersifat pewarisan kultur budaya. Pada tarian mengandung unsur budaya adat dan atribut yang

melambangkan arti tertentu. Keterikatan dalam menjalin kekerabatan antar keluarga, tetangga dan masyarakat dan menjaga harmonisasi dalam pergaulan sehari - hari. Jenis tarian terbentuk berdasar dari historis nenek moyang ataupun cerita yang diwariskan dan disepakati bersama oleh karena itu setiap daerah akan berbeda gaya dan model tariannya. Perekrutan sumber daya manusia pada komunitas budaya dimulai dari lingkaran keluarga, kemudian seiring berjalannya waktu akan berkembang ke tetangga, relasi dan masyarakat. Pemberdayaan anggota komunitas dilakukan dengan memperhatikan potensi yang dimiliki individu. Pelibatan tenaga sukarela juga termasuk didalamnya. Peran tenaga sukarela mulai dari membantu persiapan hingga pelaksanaan sampai pasca acara, Tidak hanya itu mereka juga dapat menjadi fasilitator untuk tujuan sosial dan kemanusiaan.

Motivasi sosial dan mengisi waktu luang menjadi alasan utama seseorang ingin bergabung pada komunitas budaya. Selain itu faktor pengembangan diri serta memperluas jaringan tingkat budaya. Khususnya sanggar - sanggar tari memiliki jaringan yang cukup kuat disuatu daerah.

Pada persiapan *special event* bidang budaya para tenaga sukarela akan membantu menyusun dan mengatur tempat, merancang dan menata dekorasi, mempersiapkan materi acara dan mengatur segala logistik lainnya.

## Bab 4

# JANTUNG FINANSIAL: PERENCANAAN ANGGARAN DAN STRATEGI PENDANAAN

Anggaran merupakan perencanaan secara terstruktur, sistematis dan tertulis meliputi seluruh kegiatan suatu organisasi atau perusahaan, yang berlaku dalam periode tertentu dengan satuan uang, barang, atau jasa. Dalam (Gandhi, 2019) anggaran adalah alat perencanaan keuangan yang memproyeksikan perkiraan biaya, pendapatan, pengeluaran, dan sumber daya sebuah acara untuk memperkirakan laba atau rugi bersih. Prinsip dalam pembuatan anggaran antara lain dibuat oleh masing-masing departemen atau bagian; dapat dipahami dan dapat dicapai; wajib memiliki dana cadangan; dilakukan oleh tim; tidak dibuat dalam waktu singkat; dan dilakukan peninjauan ulang atas anggaran tersebut sebab masa depan sering kali tidak terprediksi. Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa anggaran:

1. Poin penting dalam penyelenggaraan acara, terlebih jika penyelenggaraan acara tersebut melibatkan sponsor.
2. Alat yang menyalurkan tanggung jawab individu (pada setiap bagian atau departemen) dengan rencana penyelenggaraan acara secara umum.
3. Mampu mempengaruhi berbagai keputusan dalam operasional penyelenggaraan acara, seperti pemilihan tempat, peralatan, staf, penampil dan lain sebagainya.
4. Berfungsi sebagai pengendalian biaya dan pengeluaran.
5. Identifikasi terhadap *break-even point* dalam penyelenggaraan acara.

(Emilia Gustini & Marcelina Angraini, 2025), menjelaskan beberapa fungsi utama dari anggaran, yaitu sebagai berikut:

- a. Fungsi perencanaan (*planning function*), merupakan pedoman dalam merancang acara dan alokasi pengeluaran secara terarah.
- b. Fungsi pengendalian (*controlling function*), merupakan alat pengawas pelaksanaan acara melalui perbandingan antara rencana dan realisasi.
- c. Fungsi alokasi (*allocating function*), yaitu menekankan pentingnya efisiensi dalam pendistribusian sumber daya agar tepat sasaran.
- d. Fungsi otorisasi (*authorization function*), memberi kewenangan bagi pemerintah untuk melakukan penerimaan dan pengeluaran sesuai dengan ketentuan yang telah disetujui.
- e. Fungsi evaluasi kinerja (*performance evaluation function*), yaitu pemerintah menilai efektivitas pelaksanaan melalui perbandingan antara realisasi dengan target anggaran.
- f. Fungsi stabilisasi ekonomi (*economy stabilization function*), yaitu mengatasi masalah inflasi, pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Perencanaan anggaran dan strategi pendanaan merupakan satu kesatuan jantung finansial dalam penyelenggaraan acara, dimana perencanaan menentukan kebutuhan pendanaan, sedangkan strategi mewujudkan perencanaan. Kualitas perencanaan anggaran menentukan efektivitas strategi pendanaan yang akan diambil. Tanpa estimasi biaya dan proyeksi pendapatan secara akurat, maka strategi pendanaan akan kehilangan landasannya, sebaliknya, perencanaan hanya dapat terwujud apabila strategi pendanaannya realistis dan memadai. Berikut adalah langkah-langkah perencanaan anggaran dan strategi pendanaan dalam melakukan penyelenggaraan acara:

#### 4.1. Penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB) yang Akurat dan Realistis.

Rencana Anggaran Biaya (RAB) adalah rincian perhitungan biaya atau pengeluaran dalam rangka penyelenggaraan sebuah acara. Komponen yang termuat dalam RAB penyelenggaraan acara satu dengan lainnya bisa berbeda, tergantung kebutuhan, lokasi acara, penampil, staf yang dilibatkan dan lain sebagainya. Berikut adalah contoh RAB dari *Event Organizer* (EO) Gading Nusantara sebagai pelaksana Singkat Berbudaya 2024 di Kabupaten Demak, Jawa Tengah.

<b>BUDGETING</b>		
<b>Outcome</b>		
<b>KETERANGAN</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Program</b>		
- Tari Sinok	1	Rp700.000,00
- Fashionob	1	Rp700.000,00
- Mas Mbak Duta Pariwisata	1	Rp300.000,00
- Fashion Show SMK Negeri 1 Demak	1	Rp500.000,00
- Booth Kolang-Kaleng	1	Rp200.000,00
- Barongan	1	Rp8.000.000,00
- Hadiah Lomba	12	Rp2.400.000,00
- Hadiah Booth Kolang-Kaleng	200	Rp200.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>Rp13.000.000,00</b>
<b>Secretarial</b>		
- Print	1	Rp200.000,00
- Stempel	1	Rp100.000,00
- ATK	1	Rp50.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>Rp350.000,00</b>
<b>Function</b>		
- Jemur	1	Rp2.000.000,00
- Stage	1	Rp3.500.000,00
- Audio	1	Rp5.000.000,00
- Tenda Tratak	1	Rp5.000.000,00
- Tenda Saranfil	16	Rp5.600.000,00
- Backdrop	2	Rp300.000,00
- Uang Perizinan (Keramaian)	1	Rp500.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>Rp21.900.000,00</b>
<b>Production</b>		
- Tinta Printer	1	Rp100.000,00
- Lakban Hitam	1	Rp100.000,00
- ID Card	22	Rp100.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>Rp300.000,00</b>
<b>Marketing</b>		
- Instagram Ad	1	Rp100.000,00
- Media Partner	2	Rp100.000,00
- Print Proposal	2	Rp100.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>Rp300.000,00</b>
<b>PAJAK</b>		<b>Rp2.400.000,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>Rp38.250.000,00</b>

Gambar 4.1 *Outcome* Singkat Berbudaya 2024

(Sumber: Arsip EO Gading Nusantara)

### 1. Identifikasi Kebutuhan, meliputi:

- Biaya produksi dan teknis yaitu sewa panggung, pencahayaan, *sound system*, dan perlengkapan lainnya.
- Biaya logistik dan lokasi yaitu sewa tempat (*venue*), dekorasi, transportasi, perizinan, dan keamanan.
- Biaya pengisi acara dan hiburan terdiri dari honor seniman, pengisi acara, dan biaya *talent*.
- Biaya promosi dan pemasaran yaitu iklan pada media sosial maupun media cetak, materi promosi (poster, brosur), dan publikasi media.
- Biaya administrasi dan operasional terdiri dari biaya tim, konsumsi, dan biaya tak terduga.

2. **Riset Harga**, dengan cara membandingkan harga dari beberapa vendor, diawali dengan riset dan meminta penawaran harga dari beberapa vendor berbeda untuk setiap kebutuhan (seperti *catering*, *sound system*, dekorasi). Setelah menemukan vendor yang sesuai, langkah selanjutnya melakukan negosiasi dengan tujuan mendapatkan harga terbaik tanpa mengorbankan kualitas.

### 3. Klasifikasi Biaya

- Biaya tetap (*fixed cost*): biaya yang tidak berubah atau biaya yang konstan tanpa mempertimbangkan perubahan tingkat aktivitas dalam suatu kisaran relevan tertentu (Kadriyani et al., 2022). Contoh biaya sewa tempat dan honor pengisi acara.
- Biaya variabel (*variable cost*): biaya yang dapat berubah tergantung pada jumlah peserta. Contoh biaya konsumsi dan souvenir.
- Dana cadangan (*contingency fund*): yaitu mengalokasikan biaya 10 sampai dengan 15% dari total anggaran untuk mengatasi biaya tak terduga atau darurat.

### 4. Dokumen dan Pelaporan

- Buat tabel anggaran secara rinci, susun RAB dalam format tabel yang mudah dibaca, mencakup item, deskripsi, estimasi biaya, dan biaya aktual.

Laporan keuangan dilakukan secara berkala, yaitu pencatatan dan pelaporan setiap pengeluaran secara rutin untuk memantau apakah anggaran masih dalam jalur. **4.2. Identifikasi dan Strategi Pendekatan Sumber Pendanaan.**

**1. Identifikasi Sumber Pendanaan dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:**

**a. Pendanaan Internal**

- Tabungan pribadi yaitu dana yang berasal dari keuangan pribadi.
- Menjual aset pribadi untuk mendapatkan dana.

**b. Pendanaan Eksternal**

- Pinjaman dana yang diperoleh dari bank atau lembaga keuangan lainnya, seperti kredit jangka panjang atau pendek.
- Sponsor berupa uang tunai atau barang atau jasa dari berbagai perusahaan.
- Penjualan tiket dengan variasi harga sesuai dengan fasilitas yang didapatkan.
- Dana usaha yang didapat melalui berjualan makanan, baju, dan barang lainnya.
- *Crowdfunding* atau pengumpulan dana dari berbagai pihak, melalui *platform online*.
- Bantuan Pemerintah yaitu dana yang diperoleh dari pemerintah dalam bentuk hibah atau program bantuan lainnya.
- Kerabat dan keluarga yang melakukan kerja sama atau sekadar meminta bantuan dana dari kerabat dan keluarga.

**2. Strategi Pendekatan Sumber Pendanaan**

- a. Analisis Kebutuhan** atas dana yang dibutuhkan dan tujuan penggunaannya, agar dapat memilih sumber pendanaan yang paling sesuai.

- b. **Pilih Sumber Tepat** sesuai dengan penyelenggaraan acara yang ingin dilakukan atau skala usaha atau jenis bisnis.
- c. **Rencana Bisnis** melalui pembuatan proposal secara detail dan meyakinkan untuk menunjukkan potensi keuntungan dan risiko kepada calon sponsor.
- d. **Bangun Jaringan** dengan calon sponsor, lembaga keuangan, atau program bantuan Pemerintah.
- e. **Fleksibilitas** yaitu mempertimbangkan alternatif lain sumber pendanaan.
- f. **Pahami Keuntungan dan Risiko** dari setiap jenis pendanaan sebelum mengambil keputusan.

#### 4.2. Teknik Penyusunan Proposal Kemitraan Sponsor yang Efektif.

1. **Lakukan Riset**, dengan cara mengenali calon sponsor dan memahami apa saja yang menjadi kebutuhan calon sponsor. Riset yang dilakukan terhadap calon sponsor meliputi:
  - Identifikasi awal calon sponsor potensial yang memiliki segmentasi pasar, target audiens, kesesuaian nilai, dan *brand values* yang sama dengan acara.
  - Mencari cari sponsor dari perusahaan baru yang tengah mencari *exposure* pasar atau melakukan perluasan pasar.
  - Mencari calon sponsor yang memiliki kemungkinan tidak memberikan uang tunai tetapi memberi dukungan dalam bentuk barang atau jasa.
2. **Membuat Proposal Sponsorship**, dimana didalamnya memuat: profil penyelenggara, ringkasan acara, sejarah singkat acara yang diselenggarakan, keunikan acara, detail program, manfaat sponsorship, kontraprestasi, ketentuan sponsor, denah lokasi, susunan acara, desain seperti *ID card*, *merchandise*, dan lainnya; anggaran; dan diakhiri dengan penutup yang menyertakan kontak tim marketing.

Semua poin tadi dibalut dalam *cover* dan judul proposal yang menarik, maka dari itu penting untuk memperhatikan visual desain, komposisi warna, pemilihan *font*, judul proposal yang jelas, dan lainnya yang dibuat secara profesional agar memberikan kesan pertama yang menarik dan meyakinkan bagi calon sponsor.

3. **Tingkatkan Nilai Proposal**, dengan cara fokus menekankan pada apa saja yang akan didapatkan oleh pihak sponsor atau kontraprestasi jika mendukung penyelenggaraan acara kita; lalu dilanjutkan dengan penawaran keberlanjutan kerja sama dalam jangka panjang. Tentunya hal ini membutuhkan penawaran baru melalui Nota Kesepahaman (MoU) yang dilanjutkan dengan Perjanjian Kerja Sama (PKS) secara lebih profesional.
4. **Komunikasi dan Tindak Lanjut**, yaitu (Andriantoro et al., 2025) menggunakan email sebagai media untuk mengirim proposal, melakukan presentasi secara langsung, pertemuan formal, dan diskusi terbuka, sehingga pihak sponsor merasa dilibatkan sejak awal. Berikutnya melakukan *follow-up* secara berkala kepada pihak sponsor untuk menanyakan sejauh mana perkembangan proposal yang sudah kita serahkan. *Follow-up* berkala penting dilakukan karena berfungsi sebagai:
  - Peningkat, dimana pihak sponsor pasti menerima banyak penawaran dari pihak lainnya.
  - Membangun kepercayaan dan menunjukkan keseriusan kita.
  - Memperjelas informasi dengan harapan menghilangkan keraguan dalam benak pihak sponsor.
  - Mendapat masukan dari pihak sponsor atas hal-hal yang kurang sesuai dengan kemauan mereka dan segera melakukan perbaikan.

- Mempercepat pengambilan keputusan pihak sponsor untuk mendukung dan menjadi bagian dari penyelenggaraan acara kita.

## Kontraprestasi

Bentuk Promosi	Diamond 7.000.000	Platinum 3.500.000	Extra 1.500.000	Dekuxe 800.000
Kolaborasi Eksklusif: Branding Singlat Berbudaya x [Nama Sponsor]		-	-	-
Free 1 Booth			-	-
Adlibs by MC				
Sambutan Sponsor di Pembukaan Acara		-	-	-
Social Media Ads				
Follow Instagram & Tag				-
Tapak Budaya (Konten Review Promosi)			-	-
Sponsor boleh pasang banner pribadi di area strategis		-	-	-
Produk sponsor dijadikan doorprize atau hadiah lomba				-
Sponsor bisa ikut membuka acara secara simbolis		-	-	-
Hashtag kolaborasi resmi: #SinglatBerbudayaXNama Sponsor		-	-	-

# Kontraprestasi

Bentuk Promosi	Diamond 7.000.000	Platinum 3.500.000	Extra 1.500.000	Deluxe 800.000
Logo Banner	M.	L.	M.	S.
Logo Welcome Gate	M.	L.	M.	S.
Logo Backdrop	M.	L.	M.	S.
Logo Poster	M.	L.	M.	S.
Logo Sertifikat	L.	M.	S.	-
Logo ID Card	M.	M.	L.	S.
Logo After Movie Singkat Berbudaya 2025	Ya	Ya	Ya	Ya
Logo di Merchandise (Kaos / Tote Bag / Kipas)			-	-
Logo pada Bumper Videotron	M.	L.	M.	S.
Ucapan Terima Kasih di Media Sosial				
Penyebutan di Naskah After Movie			-	-

XL ± 25-30 cm	L ± 18-22 cm	M ± 12-15 cm	S ± 8-10 cm
------------------	-----------------	-----------------	----------------

*\*(Ukuran dan Penempatan Menyesuaikan Pada Media Cetak: ID Card, Sertifikat, Poster)*

Gambar 4.2 Kontraprestasi Pihak Sponsor

(Sumber: Mandala *Team* Pelaksana Singkat Berbudaya 2025)

### 4.3. Perencanaan Arus Kas dan Proyeksi Keuangan.

(Syahbandi & Indah, 2023), kas merupakan bagian dari aset perusahaan yang paling likuid dan menjadi salah satu faktor penjaga kelancaran operasional perusahaan. Sistem analisis arus kas pada setiap perusahaan berbeda tergantung pada kebutuhan dan kebijakan

perusahaan. Perencanaan arus kas pada intinya adalah mengelola uang yang mengalir masuk dan keluar dari tabungan, dana pribadi, bisnis, dan juga penyelenggaraan acara. Tujuannya memastikan bahwa arus kas masuk lebih besar dibanding arus kas keluar. Sedangkan proyeksi keuangan adalah melakukan perkiraan keuangan dalam jangka waktu 1 hingga 5 tahun ke depan. (Agus Multino Rohmansyah, 2023) menyatakan bahwa proyeksi keuangan sebagai rancangan anggaran yang berhubungan dengan pendapatan dan pengeluaran bisnis yang direncanakan untuk memberi gambaran mengenai sirkulasi keuangan perusahaan, termasuk prediksi pengeluaran, anggaran modal, dan segala bentuk biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis tersebut.

Alasan melakukan perencanaan arus kas dan proyeksi keuangan secara efektif adalah sebagai berikut:

- Memastikan kecukupan dana untuk memenuhi kewajiban jangka pendek agar terhindar dari gagal bayar (misal sewa *venue*, *talent*, *catering*, dan lainnya);
- Meminimalisir risiko keuangan, misal pengeluaran jauh lebih tinggi dari perkiraan, maka deteksi dini dapat dilakukan dan tentunya dapat segera diatasi;
- Meningkatkan visibilitas terhadap pergerakan uang tunai.

Berikut adalah komponen perencanaan arus kas dan proyeksi keuangan yang dilakukan dalam penyelenggaraan sebuah acara yaitu:

- Data dari acara sebelumnya sebagai dasar proyeksi pendapatan dan pengeluaran di masa depan.
- Membuat asumsi yang wajar dan masuk akal dengan bukti dukung yang jelas melalui riset pasar, misal jangan berharap tiket terjual seluruhnya, terlebih jika masih baru dalam dunia *event*.
  - Melakukan identifikasi sumber pendapatan secara detail, seperti penjualan tiket, *sponsorship*, penjualan *merchandise*, dan lainnya.

- Melakukan estimasi pendapatan lebih rendah dan pengeluaran lebih tinggi, dimana hal ini akan membantu kemungkinan terjadinya kekurangan dana.
- Menyiapkan dana darurat (*contingency fund*) dengan cara mengalokasikan 10 hingga 15% untuk biaya tak terduga.
- Menyiapkan beberapa rancangan keuangan untukantisipasi kemungkinan yang dapat memengaruhi arus kas.
- Melakukan pencatatan keuangan secara rinci pada setiap transaksi keuangan, baik pendapatan maupun pengeluaran.
- Menyusun laporan keuangan secara berkala, mingguan atau bulanan untuk memantau arus keuangan.
- Melakukan analisis penyimpangan dengan cara membandingkan anggaran yang telah ditetapkan dengan pengeluaran aktual.
- Melakukan proyeksi kapan setiap dana akan masuk (misalnya, pembayaran sponsor) dan kapan pengeluaran besar harus dibayarkan (misal, sewa *venue* atau honorarium pengisi acara).
- Memastikan kas selalu tersedia untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek.

## **BAB 8**

# **FINALISASI RENCANA INDUK: RUNDOWN ACARA DAN PERENCANAAN MANAJEMEN RISIKO DALAM EVENT**

Bab ini membahas tahapan finalisasi rencana induk penyelenggaraan event, yang mencakup penyusunan rundown dan perencanaan manajemen risiko secara menyeluruh. Melalui bab ini, Anda akan dipandu untuk menyusun dan melengkapi berbagai dokumen pendukung pelaksanaan event, termasuk rundown final dan rencana mitigasi risiko.

Dokumen-dokumen tersebut berfungsi sebagai pedoman utama dalam memastikan kelancaran jalannya acara, serta sebagai acuan dalam jalannya acara dan pengelolaan risiko apabila terjadi kendala atau gangguan selama event berlangsung. Dengan demikian, tahap finalisasi ini menjadi langkah penting untuk menjamin efektivitas, keamanan, keberhasilan penyelenggaraan event secara keseluruhan, serta menyampaikan nilai dan makna pada audiens.

### **8.1. Rundown Acara**

Rundown adalah susunan acara terperinci, kronologis, dilengkapi dengan durasi, penanggung jawab, dan informasi tambahan yang diperlukan dalam sebuah kegiatan. Rundown ini merupakan dokumen penting yang menjadi acuan panitia, pengisi acara dan peserta untuk menjalankan acara dengan lancar dan terstruktur. Tujuan dan manfaat dari penyusunan rundown acara adalah:

- Acuan untuk mempersiapkan dan menjalankan acara dan memastikan jalannya acara berlangsung tertib, efisien, dan sesuai rencana, rundown akan membantu
- Mengatur alur waktu acara karena akan menjelaskan durasi waktu untuk masing-masing segment.
- Mempermudah komunikasi penyelenggara dan pengisi acara, setiap panitia dan pengisi acara memiliki acuan yang sama dan mengurangi kesalahpahaman saat acara berlangsung.
- Meningkatkan profesionalisme acara, dengan pelaksanaan acara yang rapi dan terstruktur akan memberikan pengalaman positif bagi audiens dan penyelenggara. Profesionalisme penyelenggara akan tercermin dan mendapat citra positif.

#### **1. Cara Menyusun Rundown**

Rundown acara berperan penting dalam pelaksanaan kegiatan, maka dari itu perlu Menyusun rundown yang baik, berikut adalah cara menyusun rundown.

- a. Diskusi dengan seluruh panitia tentang jalannya acara, tamu undangan, pengisi acara dan lain-lain.
- b. Susun urutan waktu tampil dan rancang durasi untuk masing-masing segmen. Pastikan untuk memberikan buffer time atau waktu tambahan untuk persiapan sekitar 3-5 menit.
- c. Susun rundown dalam bentuk tabel dengan format sederhana agar mudah dipahami oleh seluruh pihak.
- d. Tetapkan panitia penanggung jawab untuk masing-masing segmen. Pastikan panitia penanggung jawab memahami tugas masing-masing
- e. Review dan koordinasikan bersama hasil draft rundown dan penanggung jawab dengan seluruh panitia hingga menghasilkan kesepakatan.

## 2. Format Rundown Acara

Rundown acara adalah dokumen acuan seluruh panitia dan pengisi acara untuk menjalankan sebuah acara, karena rundown merupakan acuan maka rundown harus dipahami seluruh panitia. Berikut adalah menyusun format rundown.:

- Tentukan informasi apa saja yang ingin ditampilkan dalam rundown. Biasanya rundown berisi informasi waktu, uraian kegiatan, penanggung jawab, kebutuhan teknis dan keterangan.
- Setelah menentukan informasi, anda dapat menuliskan dalam kolom tabel.
- Tuliskan susunan acara di format tersebut.

Berikut adalah contoh rundown acara edukasi berbasis budaya:

**Tabel 2. Rundown Acara Kesenian dan Edukasi**

Waktu	Durasi (Menit)	Kegiatan	Pengisi Segmen	Penanggung Jawab	Keterangan
07.00 – 08.00	60'	Registrasi Peserta	Peserta	Tim Registrasi	Kebutuhan: meja, alat tulis.
08.00 – 08.15	15'	Opening Performance	Sanggar seni	Tim Acara, Tim Logistik	Panggung, sound system
08.15 – 08.25	10'	Opening MC	MC	Tim Acara	Panggung, Mic, teks mc
08.25 – 08.30	5'	Menyanyikan lagu Indonesia Raya	Dirijen	Tim Acara	Panggung
08.30 – 08.35	5'	Doa	Pembaca Doa	Tim Acara, Tim Logistik	Panggung, Mic, Mimbar
08.35 – 08.50	15'	Sambutan dan simbolis	Direktur	Tim Acara, LO, Tim Logistik	Panggung, Mic, Mimbar,

		pembukaan acara			Gong dan pemukulnya
<b>08.50 – 09.00</b>	10'	Penampilan Tari	Sanggar Budaya	Tim Acara, LO	Panggung, sound system.
<b>09.00 – 10.00</b>	60'	Lomba Nembang Macapat	Peserta Lomba	Tim Acara, tim logistik	Panggung, Mic, Sound system
<b>10.00 – 11.15</b>	60'	Lomba Rebana	Peserta Lomba		
<b>11.15 – 11.30</b>	15'	Pengumuman Break	MC	Tim Acara	Mic, Panggung, sound system
<b>11.30 – 13.00</b>	90'	ISHOMA	-	All Crew	
<b>13.00 – 13.15</b>	15'	Mulai sesi siang oleh MC	MC	Tim Acara, Tim Logistik	Mic, Panggung, sound system
<b>13.15 – 13.40</b>	25'	Awarding dan Closing	MC	Tim Acara, Tim Logistik, LO	Mic, Panggung, sound system, hadiah
<b>13.40 – 15.00</b>	80'	Penampilan penutup kesenia Barongan	Sanggar Kesenian Barongan	Tim Acara, Tim Logistik, LO, tim keamanan	Panggung, sound system

Tabel diatas adalah contoh rundown acara edukasi berbasis budaya atau special event ang disusun secara sistematis untuk memudahkan koordinasi seluruh pihak yang terlibat. Melalui tabel tersebut, panitia dapat melihat dengan jelas alur kegiatan, waktu pelaksanaan, pengisi

acara, serta kebutuhan teknis yang diperlukan pada setiap segmen acara. Rundown tidak hanya berfungsi sebagai panduan waktu, tetapi juga sebagai alat kontrol agar acara berjalan sesuai rencana. Setiap kolom dalam rundown memiliki peran penting dalam memberikan informasi yang ringkas namun lengkap. Meskipun demikian, kolom atau format pada rundown dapat disesuaikan dengan kebutuhan acara yang diselenggarakan.

Dengan demikian, penyusunan rundown yang fleksibel dan disesuaikan dengan kebutuhan akan membantu panitia mengelola waktu, sumber daya, serta komunikasi antarbagian dengan lebih efektif, sehingga keseluruhan kegiatan dapat berlangsung tertib, efisien, dan profesional.

## **8.2. Manajemen Risiko**

Manajemen risiko adalah proses secara sistematis untuk mengidentifikasi, memahami, dan mengelola risiko yang mungkin muncul selama tahap konseptualisasi, perencanaan, pelaksanaan, dan operasional suatu acara. Risiko sendiri dipahami sebagai dampak dari ketidakpastian terhadap suatu acara. Risiko dapat diukur berdasarkan tingkat kemungkinan (likelihood) dan konsekuensi. Untuk mengurangi dampak risiko terhadap event anda, maka perlu Menyusun sebuah rencana manajemen risiko yang tepat. Rencana manajemen risiko yang efektif, harus memenuhi prinsip-prinsip berikut yang telah ditetapkan dalam ISO: 31000 yaitu:

### **1. Menciptakan dan melindungi Nilai**

Manajemen risiko berkontribusi dalam pencapaian tujuan dan peningkatan kinerja yang dibuktikan dalam berbagai aspek seperti Kesehatan dan keselamatan, keamanan, kepatuhan hukum dan peraturan, perlindungan lingkungan, kualitas produk, manajemen proyek, efisiensi operasional, tata Kelola, dan reputasi.

2. Bagian integral dari seluruh proses organisasi

Manajemen risiko bukan kegiatan yang berdiri sendiri dan terpisah dari aktivitas utama. Manajemen risiko adalah kesatuan bagian dalam seluruh proses organisasi termasuk dalam proses perencanaan strategis dan proses manajemen proyek.

3. Bagian dari Pengambilan Keputusan

Manajemen risiko membantu pengambil keputusan untuk membuat pilihan yang tepat, menentukan prioritas tindakan, dan membedakan berbagai alternatif langkah yang dapat diambil.

4. Membahas Ketidakpastian

Manajemen risiko secara langsung mempertimbangkan ketidakpastian, sifat dari ketidakpastian tersebut, serta cara mengatasinya.

5. Bersifat sistematis, terstruktur, dan tepat waktu

Pendekatan yang sistematis, tepat waktu, dan terstruktur dalam manajemen risiko meningkatkan efisiensi serta menghasilkan hasil yang konsisten, dapat dibandingkan, dan dapat dipercaya.

6. Didasarkan pada informasi terbaik yang tersedia

Proses manajemen risiko menggunakan berbagai sumber informasi, seperti data historis, pengalaman, masukan dari pemangku kepentingan, observasi, proyeksi, dan pertimbangan ahli. Namun, pengambil keputusan harus memahami dan mempertimbangkan keterbatasan data atau model yang digunakan, serta kemungkinan perbedaan pendapat di antara para ahli.

7. Manajemen risiko dapat disesuaikan (*tailored*).

Manajemen risiko harus selaras dengan konteks internal dan eksternal organisasi, serta dengan profil risiko organisasi tersebut. Jika manajemen risiko event maka harus selaras dengan tujuan dan objektif event tersebut.

8. Mempertimbangkan faktor manusia dan budaya

Manajemen risiko mengakui kapabilitas, persepsi, dan niat dari individu baik internal maupun eksternal yang dapat mendukung atau menghambat pencapaian tujuan organisasi.

9. Bersifat Transparan dan Inklusif

Keterlibatan pemangku kepentingan yang tepat dan tepat waktu, khususnya pengambil keputusan di semua tingkat organisasi, memastikan bahwa manajemen risiko tetap relevan dan mutakhir. Keterlibatan ini juga memastikan representasi yang adil dari para pemangku kepentingan, serta bahwa pandangan mereka dipertimbangkan dalam penetapan kriteria risiko.

10. Dinamis, berulang, dan responsif terhadap perubahan

Manajemen risiko terus memantau dan merespons perubahan. Seiring dengan terjadinya peristiwa internal dan eksternal, konteks dan pengetahuan berubah, pemantauan dan peninjauan risiko dilakukan kembali, risiko baru muncul, sebagian berubah, dan sebagian lainnya menghilang.

11. Memfasilitasi peningkatan berkelanjutan organisasi

Organisasi harus mengembangkan dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kematangan manajemen risiko, seiring dengan peningkatan di seluruh aspek organisasi lainnya.

### **8.3. Perencanaan Manajemen Risiko dalam Event**

Keberhasilan suatu acara dapat diukur melalui berbagai cara, salah satunya adalah keberhasilan dalam mencegah dan menangani risiko yang terjadi. Sebagai bagian dari perencanaan event yang baik, anda harus merencanakan mitigasi risiko untuk meminimalisir terjadinya kecelakaan dan kerugian bagi seluruh stakeholder. Setiap event memiliki risiko yang berbeda-beda namun seluruh event memerlukan manajemen risiko yang baik. Manajemen risiko yang baik meliputi penilaian, pengendalian, dan pemantauan risiko. Dokumen manajemen risiko ini akan membantu anda untuk mengelola dan memantau risiko dalam event anda.

Berikut adalah panduan dalam proses penilaian risiko dengan menguraikan langkah-langkahnya:

### 1. *Risk Planning*

Perencanaan risiko adalah pengembangan dan pendekatan yang berkesinambungan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, menangani, melacak, dan mengkomunikasikan risiko. Luaran yang dihasilkan dari perencanaan risiko adalah dokumen Perencanaan Manajemen Risiko yang memuat seluruh kerangka kerja manajemen risiko.

### 2. Identifikasi Bahaya

Proses ini adalah proses dimana anda mengenali potensi bahaya yang berkaitan dengan acara anda. Langkah ini sangat penting untuk dilakukan untuk memastikan keselamatan seluruh pihak yang terlibat dalam acara dengan mempertimbangkan siapa saja yang terlibat dan peran mereka selama acara berlangsung. Menurut Elliston District Event Risk and Management Booklet, bahaya dapat dikelompokkan menjadi empat kategori sebagai berikut:

- a. Manusia (Human): Jenis dan jumlah audiens yang diharapkan hadir, tingkat partisipasi audiens.
- b. Teknologi (Technological): Bahaya yang berasal dari peralatan mekanis, system utilitas seperti gas dan listrik.
- c. Alam (Natural): Kondisi lokasi fisik dan area tempat acara berlangsung termasuk topografi dan karakteristik tanah.
- d. Lingkungan (Environmental): Faktor cuaca, regulasi perlindungan lingkungan, dan dampak terhadap ekosistem sekitar.

Dengan identifikasi bahaya berdasarkan kategori di atas, anda dapat lebih mudah mengantisipasi dan mengelola risiko bahaya selama proses *pre, during, dan post event*.

### 3. Risk Assesment (Penilaian Risiko)

Setelah anda mengidentifikasi risiko yang mungkin terjadi, selanjutnya adalah melakukan perkiraan potensi dampak atau bahaya dari suatu risiko untuk menentukan Tingkat risikonya. Tingkat risiko yang telah dinilai ini akan mempermudah anda untuk memprioritaskan risiko mana yang harus dieliminasi atau diminimalisir terlebih dahulu. Dalam melakukan penilaian risiko anda dapat mempertimbangkan beberapa hal yaitu:

- a. Kemungkinan (*Likelihood*): Peluang terjadinya risiko

Berikut adalah contoh level kemungkinan risiko.

**Tabel 3. Kemungkinan Risiko**

Level	Deskripsi	Contoh Deskripsi Detail
5	Hampir Pasti	Diperkirakan dengan pasti akan terjadi
4	Kemungkinan besar	Kemungkinan akan terjadi dalam Sebagian besar keadaan
3	Mungkin	Mungkin terjadi pada suatu saat
2	Tidak mungkin	Tidak mungkin bisa terjadi kapan saja
1	Jarang	Mungkin terjadi namun dalam keadaan luar biasa.

- b. Konsekuensi (*Consequence*): Konsekuensi yang akan ditanggung jika risiko terjadi, tingkat bahaya.

Berikut adalah contoh level konsekuensi.

**Tabel 4. Level Konsekuensi Risiko**

Level	Deskripsi	Contoh Deskripsi Detail
1	Tidak Signifikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada kecelakaan</li> <li>• Tidak ada kerugian finansial</li> </ul>
2	Minor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertolongan pertama pada kecelakaan</li> <li>• Penghentian acara sementara</li> <li>• Kerugian finansial sedang</li> </ul>
3	Sedang	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perawatan medis diperlukan</li> <li>• Penghentian acara sementara yang memerlukan bantuan dari luar (misalnya pemadaman api oleh pemadam kebakaran)</li> <li>• Kerugian finansial tinggi.</li> </ul>
4	Mayor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cedera berat</li> <li>• Hilangnya kemampuan produksi (Acara tidak dapat dilanjutkan)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penghentian acara memerlukan bantuan dan investigasi</li> <li>• Kerugian finansial yang besar</li> </ul>
5	Bencana	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kematian</li> <li>• Penghentian produksi dengan investigasi dan tuntutan hukum</li> <li>• Kerugian finansial sangat besar.</li> </ul>

c. Risk Rating

Setelah mengidentifikasi risiko, menganalisis kemungkinan dan konsekuensinya, selanjutnya adalah tahap risk rating atau perankingan risiko. Tahap ini akan menghasilkan sebuah matriks yang menggabungkan tingkat kemungkinan dan konsekuensi, dari matriks tersebut anda dapat mengetahui dan memetakan risiko berdasarkan tingkat kegawatannya. Berikut adalah contoh Matriks risiko

**Tabel 5. Matriks Risiko**

Konsekuensi ( <i>Consequences</i> )					
Kemungkinan ( <i>Likelihood</i> )	Tidak signifikan	Minor	Sedang	Mayor	Bencana
5	H	H	E	E	E
4	M	H	H	E	E
3	L	M	H	E	E

2	L	L	M	H	E
1	L	L	M	H	H

Keterangan:

E: *Extreme Risk* (Tindakan segera diperlukan)

H: *High Risk* (Perhatian manajemen senior diperlukan)

M: *Medium Risk* (Harus menentukan orang yang bertanggungjawab untuk mengelola)

L: *Low Risk* (Dikelola melalui prosedur rutin)

Dari matriks risiko yang anda buat, anda akan menemukan risiko ekstrem yang mana yang membutuhkan respon lebih cepat, risiko tinggi, risiko menengah, dan risiko rendah yang dapat dikelola dengan prosedur harian. Peringkat risiko ini akan membantu anda untuk menentukan penanganan risiko prioritas, dasar dari perencanaan mitigasi dan *control risiko*.

#### 4. *Risk Response*

Sebelumnya anda telah mengetahui peringkat risiko dari matriks risiko, yang harus anda lakukan selanjutnya adalah menentukan langkah apa yang harus anda lakukan selanjutnya. Terdapat empat bentuk *risk response*, yaitu:

- a. *Risk Avoidance*: Merespon risiko dengan cara menghapus atau menolak risiko yang akan terjadi. Biasanya dilakukan karena proyek atau event berisiko tinggi.
- b. *Risk Reduction*: Meminimalisir dampak dari risiko jika risiko tersebut terjadi.
- c. *Risk Transfer*: Mengalokasikan ketidakmampuan mengelola dampak risiko kepada pihak ketiga, contohnya adalah pembelian asuransi.
- d. *Risk Retention*: Penerimaan secara sadar terhadap risiko yang akan dihadapi.

Jadi, melalui *risk response* ini anda dapat menentukan cara menghadapi risiko.

## 5. Risk Control

Setelah mengetahui respon apa yang anda lakukan, selanjutnya adalah langkah untuk mengendalikan risiko. *Risk control* ini merupakan Langkah teknis yang dilakukan untuk mengimplementasikan *risk response* dan menjaga agar risiko tetap dalam batas yang dapat diterima. Tujuan dari *risk control* ini adalah untuk mengendalikan risiko agar tetap dalam batas dan tidak meningkat. Dalam upaya mengendalikan risiko, anda perlu menemukan metode yang tepat. Seringkali penerima risiko langsung memilih opsi paling mudah, namun opsi tersebut belum tentu merupakan respon atau metode terbaik dalam mengendalikan risiko. Berikut adalah contoh dari identifikasi risiko – risk respons – risk control:

- a. Risiko gangguan arus Listrik
  - Risk Rating Medium Risk
  - Risk Respons: Risk Transfer
  - Risk Control: Menyewa genset cadangan dari vendor terpercaya dan berpengalaman.
- b. Risiko Gangguan Registrasi Online
  - Risk Rating: Medium Risk
  - Risk Respons: Risk Reduction
  - Risk Control: Menyediakan back up sistem registrasi dengan registrasi manual.

Berikut adalah contoh atau template yang dapat anda gunakan dalam melakukan manajemen risiko event.

### Rencana Pengendalian Risiko dalam Event

<b>Nama Event:</b>	<b>Lokasi penyelenggaraan event</b>
<b>Waktu Pelaksanaan Event</b>	<b>Perkiraan Jumlah Peserta</b>
<b>Profil Event Organizer</b>	<b>PIC Manajemen Risiko</b>

Identifikasi Bahaya	Potensi Kegagalan		Dampak		Risk Rating (Lihat Matriks risiko)	Risk Response	Risk Control	PIC Penanggungjawab
	Deskripsi	Nilai	Deskripsi	Nilai				
Aliran Listrik mati	Gangguan jalannya acara, acara terhenti	3	Acara terhenti sementara, penonton tidak nyaman, kualitas dan citra acara menurun.	3	9 (High Risk)	Risk Transfer	Menyewakan genset pada vendor.	Tim Teknis
Panggung ambruk	Gangguan fatal pada jalannya acara, potensi	3	Acara terhenti sementara, penonton	5	15 (Extreme)	Risk Avoidance	Menggunakan panggung dengan struktur kuat	Tim teknis, Vendor panggung tim keamanan

	kecelakaan		tidak nyaman, kualitas dan citra acara menurun, risiko cedera dan korban jiwa.				menyesuaikan beban di atasnya.	
Anda dapat melanjutkan risiko dalam event anda melalui template ini.								

*Panduan Perencanaan*

# Special Event

## Komunitas Budaya Lokal

Setiap sudut di Indonesia adalah mozaik budaya yang menyimpan tradisi unik yang tak ternilai harganya. Buku ini secara khusus mengupas bagaimana nilai-nilai luhur, seperti yang terkandung dalam beragam kesenian daerah, dapat diangkat menjadi sebuah acara khusus (special event) yang berkesan dan mendalam. Melalui penelusuran filosofi hingga ritual komunal, Anda akan dibawa untuk memahami esensi penyelenggaraan acara berbasis budaya. Buku ini adalah panduan praktis bagi para pegiat acara untuk merancang kegiatan yang menghibur sekaligus mampu menjaga warisan dan memperkuat identitas budaya lokal di tengah arus modernisasi.

Available on



Indexing by



Diterbitkan oleh PT Penerbit Qriset Indonesia

Jl. Sirkandi, Desa Sirkandi, Purwareja Klampok, Banjarnegara  
0822-2065-7869  
Penerbit Qriset Indonesia  
www.qrisetindonesia.com  
admin@qrisetindonesia.com  
Penerbit Qriset Indonesia  
@penerbit\_qriset

ISBN 978-634-7343-98-7 (PDF)



9 786347 343987