

Simple **EVENT ORGANIZING**

Zelfia

Fauziah Ramdani

PRAKATA

Beberapa tahun terakhir perkembangan event organizer di Indonesia telah berkembang dengan pesat dari yang bergerak dibidang musik, pameran, kegiatan berbasis corporation atau komunitas, organisasi, ulang tahun sampai pernikahanpun tersedia. Kehadiran sebuah Event organizer adalah daya kerja kreativitas dari individu yang satu dengan individu yang lain , yang terhimpun dan dikolaborasikan menjadi satu kekuatan berwujud jasa penyelenggara kegiatan.

Perkembangan event organizer tidak bisa lepas dari kebutuhan orang-orang akan pihak penyelenggara eksternal yang menjanjikan suatu penyelenggaraan acara yang diatur secara profesional dan tidak merepotkan, tentu saja dengan mengeluarkan biaya ongkos jasa.

Hadirnya jasa Event Organizer (EO) sangat bernilai bagi perusahaan dengan jenis apapun

untuk menunjukkan sebuah kegiatan berdaya kualitas tinggi yang tentu saja dapat menguntungkan pihak penyelenggara. Melalui Event Organizer, sifat fleksibilitas akan dapat memudahkan bagi yang memesan jasa EO tersebut.

Seperti kata Leonardo da Vinci, bahwa kerja kreativitas tidak hanya cukup ditahu, tetapi harus dilaksanakan atau diwujudkan.

“Knowing is not enough; we must apply.

Being willing is not enough; we must do.”

Sebuah tim yang disebut sebagai tim event organizer merupakan kelompok kerja seni/ kreatif yang harus dapat memahami perkembangan zaman, dengan menganalisis kebutuhan setiap kegiatan atau client. Oleh karena itu, tim EO idealnya harus dapat menerapkan seluruh daya kreatifitasnya untuk dapat menghasilkan karya yang unik dan bernilai tinggi.

Penulis



“Menjadi **Event Organizer** melibatkan IMAJINASI DAN
KREATIFITAS yang Berbeda dan unik.”

DAFTAR ISI

Prakata

Daftar Isi

Bab 1 Pengantar Event Organizing

1. Awal Mula Event Organizing
2. Pengertian Event Organizing
3. Jenis-Jenis Event Organizing
4. Peran Event Organizer
5. Cara Sebuah EO Bekerja
6. Kualifikasi dan Keahlian Event Organizer

Bab II Menjadi Event Organizer

1. Membangun Citra Diri Positif
2. Membangun Ide Kreatif

Bab II Kategorisasi Event

1. Berdasarkan Ukuran dan Besarnya Event
2. Berdasarkan Kategori Spesial Event
3. Karakteristik Event Organizing

Bab III Manajemen Event

1. Pengertian Manajemen
2. Elemen-elemen Event
3. Tahapan Manajemen Event

BAB IV. LEGALITAS EVENT

BAB V. Konsep Kegiatan EO

1. Penentuan Latar Belakang Kegiatan
2. Penentuan Tema Kegiatan
3. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan
4. Sasaran dan Target Peserta
5. Penetapan Pemateri dan Judul Materi
6. Perancangan Rundown Acara
7. Breakdown Rundown Acara
8. Penentuan Anggaran dan Sponsorship
9. Penetapan Media Partner kegiatan

Profil Penulis

Daftar Pustaka

Bab 1

PENGANTAR EVENT ORGANIZING

1. Overview Event Organizing

Event organizer sejatinya berawal dari kegiatan kepanitiaan yang pada akhirnya menjadi organisasi yang mandiri yang sengaja didirikan untuk kepentingan publik atau pihak yang ingin menyelenggarakan acara agar dapat berjalan dengan lancar. Para pemilik kegiatan tidak perlu lagi repot untuk mengurus acara dan mengorbankan waktu kerja mereka untuk mengurus acara tersebut. Sementara panitia merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pihak yang akan melakukan kegiatan itu sendiri.

Panitia dan event organizer bukanlah suatu hal yang berbedakarena masih sama-sama mengurus atau membuat acara, namun ketika dihadapkan kepada sistem kerja, panitia memiliki lingkup kerja yang lebih sempit dibandingkan dengan event organizer. Dan event organizer merupakan organisasi yang berorientasi pada keuntungan dan bersifat komersil,

sedangkan kepantiaan sebaliknya, tidak pada kecenderungan berdasarkan keuntungan.

Ide event organizer berawal dari kebiasaan orang menyelenggarakan suatu kegiatan, dalam prosesnya dikerjakan oleh sekelompok orang yang memiliki satu visi yang sama untuk mensukseskan kegiatan tersebut. Dari ide dan visi yang sama itulah, orang-orang membentuk kelompok untuk melakukan aktivitas yang telah disepakati.

Setiap kelompok membutuhkan pengelolaan dan aturan-aturan yang baik demi keberlangsungan kelompok itu sendiri. Event organizer adalah wujud kelompok yang tidak hanya memiliki struktur yang sistematis tetapi mengharuskan kesungguhan serta kekompakan kerja.

Di Indonesia sendiri pola kerja EO sudah lama ada dimulai dari pesta-pesta adat dimanapanitia pesta tersebut mulai membagi tugas masing-masing untuk mendukung suksesnya suatu acara. Ketika krisis moneter pada tahun 1998 di Indonesia terjadi dan

menyebabkan banyak terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan jumlah pengangguran semakin signifikan. Pasca era krisis tersebut orang-orang mulai untuk mencari pilihan lain untuk bekerja, dari bekerja yang sifatnya hanya mengandalkan fisik ke pekerjaan yang bersifat ide atau gagasan. Salah satunya melirik industri kreatif Event Organizer (EO) sebagai peluang besar saat krisis moneter besar-besaran terjadi.

Perkembangan event organizer di Indonesia merupakan bentuk dari industri kreatif yang membutuhkan tenaga-tenaga muda yang memiliki ide kreatif dalam menggagas sebuah acara. Di Indonesia terdapat banyak jenis event organizer yang menawarkan berbagai produk ide atau gagasan, hal tersebut menunjukkan bahwa di satu sisi event organizer memiliki prospek bisnis yang cerah sementara itu disisi lain orang-orang semakin membutuhkan jasa penyelenggara acara di tengah kesibukan mereka.

Sehingga pada tahun 1998 itu kemungkinan menjadi pemicu orang-orang untuk mendirikan event

organizer yang mandiri lalu ketika saat reformasi dimana kebebasan berekspresi sudah tidak dilarang lagi, mulai banyak event organizer yang bergerak dibidang hiburan seperti membuat acara musik dan lain-lain seperti JAVA musikindo dan Ismaya Group yang pada dasarnya bertugas untuk membantu kliennya agar dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan.

2. *Pengertian Event Organizing*

Kehadiran event organizer sebagai sebuah tim yang dapat menjadi perantara terlaksananya sebuah kegiatan saat ini menjadi salah satu budaya yang sudah melekat dlam kehidupan masyarakat modern.

Berikut definisi dan pengertian event dari beberapa pakar dan diramu dari berbagai sumber yaitu sebagai berikut:

Menurut Kennedy (2009), event adalah pameran, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung.

Menurut Sulaksana (2003), event merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan guna

mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens sasaran.

Menurut Allen (2002), Event adalah suatu ritual istimewa penunjukan, penampilan, atau perayaan yang pasti di rencanakan untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama.

Menurut Noor (2009), event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang berhubungan secara adat, budaya, tradisi 1 untuk suatu tujuan.

Sedangkan event organizer adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. (Goldblatt, 2013).

Event organizer merupakan kegiatan pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara professional, sistematis, efisien dan efektif. Kegiatannya meliputi konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan dan evaluasi. Semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan kegiatan yang sesuai dengan harapan. Sehingga sangatlah diperlukan kekompakan pada setiap orang yang terlibat dalam tim.

Mulai dari tahap mencari ide tema acara dengan klien, perencanaan *budget*, memesan tempat acara, bekerja sama dengan *supplier* dan *vendor*, mengatur perlengkapan acara, dan ikut serta dalam penyelenggaraan acara.

Acara yang diatur juga dapat berupa acara untuk publik seperti peluncuran produk perusahaan dan konser musik serta acara pribadi seperti acara ulang tahun atau pernikahan.

Karena tugasnya ini, *event organizer* secara umum akan bekerja sangat dekat dengan klien atau

orang yang ingin menyelenggarakan acara agar setiap aspek acara dapat berjalan mulus.

Seorang *event organizer* juga harus bisa berkomunikasi dengan baik pihak klien agar setiap keinginan dan kebutuhan bisa terpenuhi.

Tidak jarang juga bagi EO untuk bekerja sama dengan bisnis lain yang menyediakan layanan seperti fotografi, layanan dekorasi, hingga penyediaan makanan dan minuman.

Penyelenggara acara atau event organizer adalah kelompok yang bertanggung jawab untuk merencanakan, mengorganisir, dan melaksanakan acara, seperti konferensi, pameran dagang, pernikahan, pesta, dan jenis pertemuan lainnya. Event organizer dapat bekerja secara mandiri atau sebagai bagian dari organisasi yang lebih besar, seperti perusahaan perencanaan acara atau hotel.

Event organizer memainkan peran penting dalam keberhasilan perencanaan dan pelaksanaan berbagai acara, mulai dari konferensi perusahaan dan pameran

dagang hingga pernikahan dan festival musik. Keahlian dan perhatian mereka yang cermat terhadap detail memastikan bahwa acara-acara tersebut terorganisir dengan baik, lancar, dan berkesan bagi semua peserta

3. *Jenis-Jenis Event Organizing*

a. *Jenis-jenis Event*

Menurut Noor (2009), terdapat empat jenis event, yaitu *Leisure Event*, *Cultural Event*, *Personal Event*, dan *organizational Event*. Masing-masing jenis event tersebut memiliki karakteristik dan contoh yang berbeda-beda. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

- 1. Leisure Event.** Merupakan kategori event yang berkembang banyak pada kegiatan olahraga yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung. Misanya; Indonesian Open, Asean Games dan lain sebagainya, yang pada intinya adalah jenis kegiatan pertandingan olahraga, baik yang berlangsung intra dan antar negara.

2. **Personal Event.** Kegiatan yang didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori event ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada personal event adalah penyelenggaraan pesta pernikahan, ulang tahun dll.
3. **Cultural Event.** Merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan kultural event terkemas lebih menarik serta mampu menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era modern sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.

Adapun dua contohnya adalah sebagai berikut:

- a. **Festival Danau Sentani**

Festival daerah yang merupakan agenda tahunan diadakan di sekitar danau Sentani, dan

mengangkat budaya serta adat dari masyarakat di sekitar danau indah tersebut.

Pertunjukan budaya yang mengambil lokasi kabupaten Jayapura, Papua, dan diharapkan menjadi salah satu daya tarik wisata guna peningkatan ekonomi setempat. Event utama yang akan dipertontonkan adalah budaya dan kearifan lokal dalam seni menangkap ikan dengan memasang 'sasi'.

Metode ini digunakan dengan memperhitungkan waktu penangkapan ikan, sehingga ikan bisa dikumpulkan tepat menjelang pesta adat.

b. Dieng Culture Festival

Sejak tahun 2009 diselenggarakan, beberapa hal yang akan dipertunjukkan antara lain pertunjukan musik jazz, kemudian ritual cukur anak gimbal, sky lantern, serta pameran produk unggulan UMKM khas Dieng.

Pada tahun 2022, event ini mengambil lokasi di kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Dan menjadi sala satu gelaran budaya yang mengesankan dan tidak boleh dilewatkan.

4. **Organizational Event.** Bentuk event yang diselenggarakan pada organizational event adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk event pada organizational event antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/expo yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/perusahaan dengan kepentingan organisasi/perusahaan tersebut.

Adapun event, Abdullah (2009), berdasarkan ukuran dan skala dari event tersebut dibagi sebagai berikut: *mega event*, *medium event* dan *mini event*. Penjelasan ketiga event tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Mega Event.** Adalah event yang merujuk pada kriteria diikuti pengunjung internasional, regional

setidaknya lima negara, pengunjung dalam jumlah total keseluruhan berdasarkan total durasi (lama) kegiatan lebih dari satu juta orang pengunjung, investasi yang lebih besar, keuntungan lebih besar, berdampak besar pada ekonomi masyarakat dan diliput oleh media secara luas. Event yang masuk dalam kategori sangat besar ini seperti Olimpiade, Piala Dunia, MTQ internasional.

2. **Medium Event.** Adalah event dengan kegiatan event menengah yang dikunjungi antara seratus ribu orang sampai dengan satu juta orang pengunjung, berdampak secara nasional.
3. **Mini Event.** Adalah event dengan kegiatan yang diikuti oleh kurang dari seratus ribu orang pengunjung dan bersifat lokal.

Sedangkan menurut Ruslan (2005), berdasarkan jenis acara yang diselenggarakan terdapat beberapa jenis event, yaitu sebagai berikut:

1. **Hari-hari dan pekan-pekan khusus.** Suatu organisasi sering kali memilih suatu hari atau pekan-pekan tertentu yang diresmikan untuk tujuan dan kegiatan organisasinya yang ditetapkan secara resmi. Jika ini tercapai, maka berbagai aktivitas yang telah direncanakan organisasi untuk peristiwa khusus ini akan memperoleh perhatian publik.
2. **Pameran dan pertunjukan.** Pameran dan pertunjukan barang dan jasa yang telah memikat minat khalayak adalah segi penting dari kebanyakan program. Pameran dagang bisnis dan profesional, pekan raya internasional serta pameran lokal dan regional menyediakan berbagai sarana untuk dipertunjukkan.
3. **Rapat dan konferensi.** Konferensi, konvensi dan rapat diselenggarakan dengan para pemuka pendapat dan tokoh masyarakat dari luar contohnya adalah pertemuan tahunan dan regional para pemegang saham menyediakan

berbagai forum guna melaporkan kedudukan keuangan perusahaan.

4. **Peringatan.** Upacara peringatan dari organisasi bisnis dan sosial menciptakan suatu kesempatan berkomunikasi dengan publik yang berkenaan dengan kemajuan, presentasi dan sumbangan organisasi. Tujuannya adalah menumbuhkan perasaan bangga dan kepercayaan diri bagi publiknya.
5. **Hadiah khusus.** Berbagai hadiah khusus bagi para karyawan, pemilik saham, pedagang atau para pelanggan merupakan kesempatan yang baik.
6. **Open House.** Open house merupakan peristiwa khusus yang dilaksanakan secara besar-besaran dalam berbagai program hubungan perusahaan. Berbagai publik diundang pada peristiwa itu yang meliputi kunjungan ke pabrik, pameran, film dan lain-lain.
7. **Kontes.** Berbagai kontes bagi para konsumen, pemilik saham, para karyawan dan para

pedagang terkandung ke dalam berbagai program public relation di beberapa organisasi.

8. **Parade dan pawai.** Parade dan pawai memegang peranan dalam program hubungan dengan komunitas di beberapa organisasi.
9. **Peristiwa kemasyarakatan yang disponsori.** Organisasi industri dan non-profit serta angkatan bersenjata mensponsori berbagai peristiwa kemasyarakatan setempat di mana mereka memiliki sarana guna tujuan pemberitaan tentang berbagai kegiatan dan membantu perbaikan umum kepada masyarakat, pendidikan, kegiatan kebudayaan, kesehatan, hiburan, dan kepemudaan.
10. **Organisasi yang disponsori.** Berbagai perusahaan mensponsori organisasi dan masyarakat untuk menunjukkan itikad baik bagi dukungan sebuah perusahaan atau organisasi.
11. **Peresmian.** Peresmian sarana dan jasa baru memberikan peluang penting.

4. *Lingkup Kerja Event Organizer (EO)*

Posisi EO Dalam 5 P Penting untuk dimengerti di mana letak posisi EO berada. Karena ini menyangkut lingkup tanggung jawab yang melekat dan menyertainya. Urutan posisi para pihak yang sesuai dengan lingkup wilayah kerja dan tanggung jawab adalah sebagai berikut:

1. Penyandang Dana

Ini dapat berupa sponsor atau instansi/perusahaan yang mempunyai 'hajat' dalam istilah sederhana adalah pihak yang mengeluarkan dana untuk pelaksanaan suatu program.

2. Pelaksana

Di sinilah posisi dan peran EO yang sesungguhnya. Pelaksana harus bekerja keras untuk mewujudkan impian dan kepuasan semua pihak. Karena menjadi pusat dari seluruh pihak yang ada, maka pelaksana memiliki posisi yang sangat vital dan strategis.

3. Penampil

Penampil ini salah satu kunci daya tarik suatu program. Semua jenis program sangat tergantung pada para penampilnya. Contoh: kompetisi sepakbola tingkat regional, bila tidak diikuti oleh kesebelasan top, kurang mempunyai daya tarik.

4. Penonton

Apa pun program *event*-nya, faktor kehadiran penonton/tamu akan menjadi sangat penting. Baik membayar atau gratis, pesta kecil di rumah sampai dengan tingkat lomba formula satu, faktor penonton adalah salah satu tolak ukur kesuksesan *event*.

5. Pengamat

Ini biasanya dari kalangan pers, atau justru kawan-kawan kita sendiri, atau siapa pun yang memperoleh informasi tentang *event* yang kita laksanakan. Para pengamat atau orang luar mempunyai pengaruh sebagai humas atau *public relation* (PR) kita secara tak langsung.

Posisi di atas disebut sebagai UNSUR 5-P. Kelima unsur itu harus PUAS, yang bisa tercapai berkat kerja keras UNSUR P ke-2, yaitu pelaksana (EO).

Ilmu EO tidak semata-mata dapat kita peroleh di bangku-bangku sekolah, kursus atau kuliah. Ia adalah ilmu lapangan, yang dapat diperoleh dengan praktik langsung di lapangan. Walaupun tergolong ilmu lapangan, tetapi juga perlu didasari dengan prinsip berpikir metodologi dan manajerial profesional. Tanpa didasari hal tersebut hasilnya tentu kurang memuaskan.

4.Peran Event Organizer (EO)

a. Perencana Acara

Peran utama EO adalah sebagai perencana acara. EO akan membantu klien untuk merumuskan konsep acara, menentukan tema, serta menyusun jadwal dan agenda yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan acara tersebut. EO juga akan membantu dalam menentukan anggaran

yang diperlukan dan mengidentifikasi vendor atau pihak ketiga yang diperlukan.

b. Pengorganisasian

Selain itu, EO juga bertanggung jawab dalam mengatur segala hal yang terkait dengan acara, termasuk memilih lokasi, menyediakan peralatan dan dekorasi, serta mengoordinasikan kebutuhan logistik seperti transportasi, akomodasi, dan catering. EO juga akan mengurus izin dan perizinan yang diperlukan untuk acara tersebut.

c. Manajemen Anggaran

Salah satu aspek penting dalam peran EO adalah manajemen anggaran. EO akan membantu klien dalam merencanakan anggaran acara dan mengelola pengeluaran agar tetap sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. Mereka juga akan melakukan negosiasi dengan vendor dan pihak ketiga untuk mendapatkan harga terbaik

dan memastikan semua biaya terdokumentasi dengan baik.

5. *Cara Sebuah EO Bekerja*

a. Konsultasi dengan Klien

Di tahap awal, EO akan mengadakan pertemuan dengan klien untuk mendapatkan pemahaman yang jelas tentang tujuan, visi, dan kebutuhan acara. Mereka akan mendengarkan dengan seksama untuk memahami harapan klien dan memberikan saran dan ide-ide yang dapat meningkatkan kualitas acara.

b. Perencanaan dan Penyusunan Konsep

Setelah mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang kebutuhan klien, EO akan mulai merencanakan acara dengan menyusun konsep yang sesuai. Mereka akan mengatur semua detail seperti tema, lokasi, jadwal, dan anggaran yang disetujui.

c. Koordinasi

Selanjutnya, EO akan mengurus segala hal yang terkait dengan pelaksanaan acara. Mereka akan menghubungi vendor, melakukan negosiasi harga, dan mengatur kontrak dengan pihak ketiga. EO juga akan mengatur logistik, seperti transportasi, akomodasi, dan catering untuk peserta acara.

d. Pelaksanaan Acara

Pada hari acara, EO akan memastikan bahwa semua persiapan telah selesai dengan baik. Mereka akan mengawasi jalannya acara, memastikan semua sesuai dengan jadwal dan mengatasi masalah yang mungkin muncul.

e. Membuat Dokumentasi

Membuat dokumentasi yang baik adalah langkah penting dalam mengabadikan momen dan memastikan informasi terkait acara terdokumentasi dengan baik. Bagi seorang EO, dokumentasi yang baik juga dapat digunakan

sebagai alat pemasaran untuk acara-acara selanjutnya.

f. Keahlian dan Kualifikasi EO Profesional

Menjadi seorang Event Organizer (EO) yang sukses dan profesional membutuhkan sejumlah keahlian dan kualifikasi yang penting. Berikut adalah beberapa hal yang dibutuhkan dalam menjadi seorang EO yang kompeten:

g. Pengetahuan Mendalam tentang Jenis Event

Seorang EO harus memiliki pemahaman yang kuat tentang industri event, tren terkini, dan praktik terbaik dalam merencanakan dan melaksanakan event. Mereka perlu memahami berbagai jenis acara, kebutuhan klien, dan bagaimana menghadirkan pengalaman yang unik dan berkesan.

h. Kemampuan Organisasi dan Manajemen Proyek

Seorang EO harus memiliki kemampuan organisasi yang baik untuk mengelola semua

aspek event, termasuk perencanaan, anggaran, jadwal, vendor, dan tim kerja. Kemampuan manajemen proyek yang baik sangat penting agar semua bagian terkoordinasi dengan baik dan acara berjalan sesuai rencana.

i. Keterampilan Komunikasi yang Efektif

Sebuah EO perlu memiliki keterampilan komunikasi yang kuat untuk berinteraksi dengan klien, vendor, dan anggota tim. Kemampuan untuk mendengarkan dengan baik, mengekspresikan gagasan dengan jelas, dan berkomunikasi dengan profesionalisme adalah kunci dalam menjalin hubungan yang baik dengan semua pihak terkait.

j. Kreativitas dan Inovasi

Seorang EO harus memiliki daya imajinasi yang tinggi dan kemampuan untuk berpikir kreatif dalam merancang konsep acara yang unik. Mereka perlu dapat menghadirkan ide-ide segar

dan solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi klien.

k. Jaringan dan Hubungan yang Kuat

Memiliki jaringan yang luas dan hubungan yang baik dengan vendor, tempat, dan penyedia layanan terkait lainnya adalah aset berharga bagi seorang EO. Kemampuan untuk menjalin dan memelihara hubungan profesional yang baik membantu dalam memastikan bahwa semua kebutuhan acara dapat dipenuhi dengan baik.

l. Fleksibilitas dan Penyesuaian

Setiap acara memiliki tantangan dan perubahan yang mungkin terjadi. Seorang EO harus dapat beradaptasi dengan situasi yang berubah dan fleksibel dalam merespons perubahan rencana atau kebutuhan klien. Kemampuan untuk berpikir cepat dan menyesuaikan diri dengan perubahan adalah kualitas yang sangat berharga dalam menjadi seorang EO yang sukses.

“Event Organizer tidak bekerja secara serampangan. Ia meramu ide, menyusun strategi dan menyajikan performa terbaik untuk setiap event”.

“Kreatif saja tidak cukup, mulailah dengan membangun **konsep diri positif sebagai seorang manusia dan sebagai Event Organizer.”**

Bab II

Menjadi Event Organizer

1. Membangun Citra Diri Positif

Konsep diri adalah pandangan atau kesan individu terhadap dirinya secara menyeluruh yang meliputi pendapatnya tentang dirinya sendiri maupun gambaran diri orang lain tentang hal-hal yang dapat dicapainya, yang terbentuk melalui pengalaman dan interpretasi dari lingkungannya.

Menurut Rochman Natawidjaya, konsep diri adalah tanggapan individu terhadap dirinya sendiri, kemampuan dan ketidakmampuannya, tabiatnya, harga diri, dan hubungan individu tersebut dengan orang lain.

Sedangkan menurut Willian D. Brooks, konsep diri adalah perspektif terkait totalitas psikis, fisik, dan sosial terhadap diri sendiri yang terbentuk dari berbagai pengalaman serta interaksi atau komunikasi individu dengan individu lain.

Komponen Konsep Diri

1. Self Image

Gambaran diri ini biasa dikenal sebagai *self image* adalah perilaku individu secara fisik pada dirinya sendiri, baik disadari maupun tak disadari. Komponen *self image* mencakup persepsi atau tanggapan, baik di masa lalu maupun sekarang, terkait ukuran dan bentuk tubuh serta kemampuan pada dirinya (fisik).

2. Self Esteem

Self esteem atau harga diri dihasilkan dari persepsi dan penilaian seorang individu terhadap dirinya terkait yang diharapkan dengan fakta yang ada pada dirinya. Apabila semakin luas ketidaksesuaian antara fakta dan pengharapan di dirinya, maka akan semakin rendah harga dirinya. Sebaliknya, semakin mendekati ideal dirinya atau pengharapan atas dirinya, maka akan semakin tinggi pula harga dirinya.

3. Self Ideal

Ideal diri adalah persepsi seorang individu mengenai bagaimana individu tersebut semestinya berperilaku sebagaimana standar pribadinya dan terkait dengan cita- citanya. Pembentukan ideal diri ini dimulai sejak individu itu berada pada masa anak-anak dan dipengaruhi pula oleh orang-orang yang ada di sekitarnya.

Ideal diri disebut juga dengan pengharapan atas dirinya sendiri. Hal ini seperti harapan atas kemungkinan menjadi apa dirinya kelak sesuai dengan idealisme dirinya

TUGAS MANDIRI 1

Tuliskan kelemahan dan kelebihan yang anda miliki!

Tuliskan Hal apa yang perlu anda kembangkan dalam diri!

TUGAS MANDIRI 2

Tuliskan Konsep Diri Positif Event Organizer!

2. Membangun Ide Kreatif EO

“Acaranya bagus, bintang tamunya oke, panggungnya keren,” Pujian seperti itu kerap kali muncul setelah kita menyaksikan sebuah pertunjukan. Banyak yang tidak tahu, suksesnya sebuah pertunjukan atau acara tidak lepas dari kerja keras beberapa orang kreatif yang tergabung pada sebuah tim. Mereka lebih dikenal dengan sebutan EO “Event Organizer”.

Gampang-gampang susah, kata yang pantas kalo kita berbicara tentang aktifitas EO. Bisa mengemas acara yang menarik, sehingga semua tamu atau orang yang datang untuk menyaksikan acara tersebut dapat terpuaskan, bukan hal yang gampang. Kita membutuhkan ide-ide kreatif sehingga acara yang dibuat tidak membosankan. Tapi, EO juga tidak bisa dikendalikan satu orang saja, dibutuhkan banyak orang yang satu tujuan dan mau saling bekerjasama. Kalo ketemu sama tim yang solid, semuanya jadi terasa lebih gampang.

Dalam satu tim, bukan orang yang otaknya jago saja yang diandalkan, tapi lebih kepada kebersamaannya. Dalam EO kita butuh sama orang yang mau bekerja keras, tidak kenal waktu, pintar berkomunikasi, cekatan dan peka. Bekerja keras, karena dalam membuat sebuah acara sifatnya hanya sesaat dengan kata lain, untuk membuat sebuah acara satu hari penuh, kita butuh waktu persiapan tiga bulan, sebulan, dua minggu atau seminggu. Dalam waktu itu, kita dituntut untuk bekerja keras melakukan persiapan sehingga ketika hari “H” semua berjalan lancar. Pintar berkomunikasi, mulai dari persiapan acara hingga saat acara berlangsung orang EO memang paling nggak bisa diam. Melakukan lobby adalah kunci utama, karena dalam membuat acara kita butuh dana, dan untuk mendapatkan dana tersebut, kita mesti cari sponsor. Banyak yang mengakui mereka yang biasa bergerak di bidang EO kendala pertama muncul pada sponsor. Apalagi kalo ini kali pertama kita bikin EO. Kunci utama disini adalah komunikasi yang bagus dan kepercayaan. Kalo kita bisa berkomunikasi maka akan

tercipta sebuah kerja sama dan akhirnya tumbuh rasa saling percaya. Bagaimana caranya kita mampu membuat sponsor yakin kalo dia bakal untung banget mau bekerjasama dengan kita. Lewat proposal yang oke kita gaet sponsor dan berusaha untuk dapat memuaskan mereka.

Membuat acara yang bagus, menarik dan berkualitas, dalam waktu yang relatif pendek, pasti tidak bisa main-main dan lambat. Semua harus cekatan ngurusin banyak hal, mulai dari pembuatan proposal, mencari sponsor, menghubungi pengisi acara, promosi, membuat rundown (skenario) acara, konsumsi, peralatan dan masih banyak lagi yang lainnya.

Salah satu yang penting dari sejumlah hal penting dalam EO adalah IDE Kreatif event. Dalam memaknai arti “**Ide Kreatif**”, kita perlu memahami makna “ide” itu sendiri. Ide adalah sebuah pemikiran atau gagasan yang dimiliki seseorang terhadap suatu benda, kondisi dan hal-hal lain yang dipikirkannya.

Arti “kreatif” adalah suatu kemampuan yang ada di dalam individu atau suatu kelompok yang mendorong mereka untuk melakukan beberapa pembaharuan atau beberapa pendekatan tertentu untuk memecahkan berbagai masalah dengan cara yang berbeda-beda. Dengan kata lain, ide kreatif adalah gagasan, ide atau pemikiran yang dimiliki individu dalam menciptakan hal-hal baru atau cara-cara baru yang berbeda dengan segala hal yang sudah ada sebelumnya.

Selain itu, inovatif adalah kemampuan individu dalam memaksimalkan kemampuan, keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh dirinya untuk menghasilkan karya-karya baru yang memiliki nilai lebih tinggi dari karya-karya sebelumnya.

Singkatnya, ide kreatif dan inovatif yang dimiliki seseorang atau suatu kelompok seperti tim kerja akan membawa mereka ke dalam dunia baru yang berisi berbagai perubahan inovatif yang keren dan luar biasa! Kenyataannya, mendorong ide-ide kreatif dan inovatif di dalam tim kerja itu penting karena setiap orang pasti

memiliki gagasan dan kreativitas yang sangat berbeda. Jika semua gagasan dan ide kreativitas tersebut digabungkan dalam satu harmoni yang selaras, maka tim kerja akan mencapai kesuksesan mereka dengan mengembangkan hal-hal inovatif yang menakjubkan.

➤ **Konsep Event yang Menarik & Kreatif**

Membuat suatu acara terasa menyenangkan bagi semua undangan memerlukan konsep event yang menarik dan kreatif. Namun, menciptakan konsep tersebut bukanlah tugas yang mudah. Diperlukan usaha yang signifikan mulai dari pemahaman terhadap tamu undangan hingga pembentukan panitia. Setiap tahapannya tentu memiliki tantangan tersendiri. Bagaimana cara mewujudkannya? Berikut adalah beberapa tips yang dapat diikuti.

Menetapkan Tujuan Acara

Penting untuk memahami tujuan di balik penyelenggaraan acara, karena konsep event yang menarik dan kreatif sangat terkait dengan tujuan tersebut. Tanpa pemahaman yang jelas terkait tujuan

acara, panitia atau event organizer akan kesulitan merancang konsep yang memikat.

Memahami Lokasi Acara

Konsep acara yang kreatif harus selaras dengan lokasi penyelenggaraannya. Kesesuaian antara tema acara dan lokasi menjadi salah satu faktor penentu daya tarik suatu event.

Mencari Referensi yang Inspiratif

Agar konsep dan tema acara tidak terasa klise, menggabungkan beberapa ide event sejenis dapat menjadi solusi. Penting untuk melakukan modifikasi agar konsep tersebut lebih sesuai dan berintegrasi dengan karakteristik acara.

Menggunakan Desain Inovatif

Ragam desain kreatif dapat menciptakan konsep event yang menarik dan kreatif. Misalnya, pemanfaatan furniture yang unik, penataan ruang yang inovatif, serta penggunaan dinamika kreatif lainnya dapat memberikan nuansa yang berbeda.

Memiliki Tim yang Solid dan Berpengalaman

Keberhasilan dalam mewujudkan konsep acara kreatif sangat tergantung pada kekompakan dan pengalaman tim penyelenggara. Tim solid ini akan bekerja sama untuk mengimplementasikan konsep acara dengan efektif.

TUGAS MANDIRI/KELOMPOK!

Definisi Kreatif adalah

Sumber Menggali Ide Kreatif

TUGAS MANDIRI/KELOMPOK!

Kegiatan Kreatif Yang Pernah Kamu Ikut/ Lihat (Sertakan alasan!)

Cara Agar Bisa Kreatif

Bab III

Kategorisasi Event

Berdasarkan Ukuran dan Besarnya Event

Berdasarkan ukuran dan besarnya event , dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Mega Event .

Mega event adalah event yang sangat besar, memberikan dampak ekonomi yang besar pada masyarakat sekitar atau bahkan pada negara penyelenggaraan dan diinformasikan serta diliput melalui tayangan berbagai media. Contoh mega event antara lain Olimpiade, Piala Dunia, dan Sea Games.

2. Hallmark Event.

Hallmark event identik dengan karakter atau etos dari suatu wilayah, kota atau daerah disuatu tempat. Hallmark event mampu meningkatkan pendapatan masyarakat selama kegiatan berlangsung karena event ini sangat menarik pengunjung untuk hadir.

Beberapa kota di Indonesia saat ini mulai mengembangkan event event yang berkembang di kotanya untuk diangkat menjadi hallmark event dengan tujuan utama peningkatan ekonomi di kotanya. Perkembangan yang mengarah ke hallmark event menjadi pertimbangan pemerintah daerah untuk terus ikut megembangkan event di daerahnya. Contohnya, festival kebudayaan yang diselenggarakan diberbagai daerah dan kota di Indonesia.

3. Major Event.

Alasan penting mengapa event dikategorikan sebagai major event adalah: 1. Event yang ditampilkan meliputi kompetisi antar tim atau perorangan yang diikuti oleh peserta dari berbagai negara. 2. Event tersebut harus menarik banyak pengunjung untuk menghadirinya baik secara nasional ataupun internasional 3. Adanya media yang meliput

event tersebut dan dapat dinikmati oleh masyarakat diseluruh dunia 4. Merupakan event keolahragaan internasional yang telah terjadwal sepanjang tahun. Contoh dari major event adalah Australian Open, US open, Indonesia Open.

Sedangkan menurut Pendit (1999), ukuran suatu event dibagi dalam 3 kategori; Ukuran Kecil, kegiatan event dalam skala kecil dihadiri oleh jumlah peserta antar 20-50 orang, Ukuran Sedang, jumlah peserta pada event ukuran sedang antara 60-200 orang dan ukuran Besar, event berskala besar dihadiri oleh lebih dari 200 orang, bahkan bisa mencapai 2000 orang.

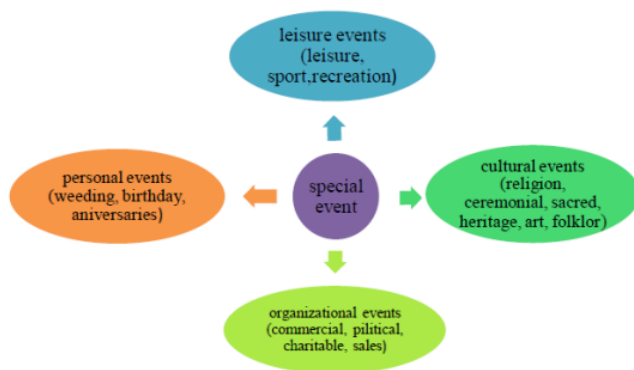
Berdasarkan Kategori Spesial Event

Berbeda halnya dengan Any Noor (2013:9) yang membagi event berdasarkan kategori special event, yakni sebagai berikut:

- Leisure event
- Cultural event
- Personal event
- Organizational event.

1. Leisure Event.

Leisure Event telah berkembang sejak bangsa Roma menyelenggarakan kegiatan gladiator. Bentuk leisure event yang ada saat itu adalah berupa pertandingan yang diselenggarakan di Coloseum, Roma, Italia. Pada saat ini, leisure event yang berkembang banyak berdasarkan pada kegiatan keolahragaan. Kegiatan yang sama memiliki unsur



Gambar 1 : Jenis event berdasarkan kategori special event

pertandingan didalamnya dan mendatangkan banyak pengunjung pada event tersebut. Jenis leisure event antara lain olimpiade, world cup, formula one dan *tour de France*.

2. Personal Event.

Personal event adalah segala bentuk kegiatan yang di dalamnya terlibat anggota keluarga atau teman. Banyak aspek kehidupan masa kini telah merubah bentuk asli kegiatan personal event, misalnya pesta ulang tahun, resepsi sunatan, reuni keluarga, arisan dan pesta pernikahan.

3. Cultural Event

Salah satu contoh event budaya yang menjadi ciri khas Kabupaten Demak dalam bentuk festival atau karnaval adalah diadakannya acara “Grebeg Besar” setiap tanggal 10 Dzulhijah yang dimeriahkan dengan beberapa prosesi adat, antara lain ziarah ke makam Sultan-Sultan Demak dan Sunan Kalijaga, Pasar Malam Rakyat di Tembiring Jogo Indah, Prosesi Selamatan Tumpeng Sanga (9 tumpeng yang menggambarkan

Wali Songo), Sholat Idhul Adha dan juga Penjamasan Pusaka Peninggalan Sunan Kalijaga (Kutang Ontokusuma dan Keris Kyai Cubruk).

Secara garis besar, beberapa bentuk jenis Event yang diselenggarakan oleh Event Organizer adalah sebagai berikut:

a. Marketing Event

Marketing event adalah acara yang diselenggarakan untuk memasarkan sebuah produk atau merek. Tujuan utama dari acara ini adalah untuk mengaktifkan merek atau produk tertentu di mata konsumen. Contohnya adalah acara merek activation, dimana perusahaan mengadakan kegiatan yang melibatkan konsumen secara langsung untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk baru. Selain itu, market event juga bisa berupa acara peluncuran produk baru, di mana perusahaan memperkenalkan produknya kepada pasar.

b. Sport Event

Terdapat juga sport event yang merupakan kegiatan yang berhubungan dengan penyelenggara event olahraga. Acara ini biasanya dilakukan dalam waktu tertentu, misalnya dalam rangka Piala Dunia atau kejuaraan olahraga internasional lainnya. Tujuan utama dari sport event adalah menghadirkan kompetisi olahraga yang menarik bagi peserta dan penonton, serta meningkatkan popularitas dan minat terhadap olahraga tersebut.

c. Corporate Event

Acara yang diselenggarakan untuk keperluan perusahaan seringkali disebut dengan corporate event. Acara ini dapat berupa outing perusahaan, di mana seluruh karyawan atau anggota tim terlibat dalam kegiatan rekreasi atau sosial. Selain itu, corporate event juga bisa berupa acara peningkatan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia), seperti seminar, pelatihan, atau workshop untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan karyawan.

d. Government Event

Selain itu, EO juga biasanya menyelenggarakan government event yaitu acara yang berkaitan dengan pemerintahan atau instansi pemerintah. Contohnya adalah penyelenggaraan pameran kerajinan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM, di mana pemerintah mengadakan acara untuk mempromosikan produk-produk kerajinan dari pelaku usaha kecil dan menengah.

e. Social Event

Social event adalah acara yang diadakan secara umum, biasanya terkait dengan momen pribadi atau keluarga, seperti pernikahan dan ulang tahun. Tujuan dari acara ini adalah untuk merayakan dan berbagi kebahagiaan dengan orang-orang terdekat. Social event dapat melibatkan berbagai elemen, mulai dari dekorasi, makanan dan minuman, hingga hiburan yang sesuai dengan suasana acara tersebut.

f. Private Event

Belakangan ini, banyak orang juga menggunakan jasa Event Organizer (EO) untuk menyelenggarakan acara pernikahan pribadi dan ulang tahun. Dengan mengandalkan jasa EO, pihak keluarga dan pasangan pengantin tidak perlu lagi khawatir tentang berbagai aspek dalam acara pernikahan, seperti jadwal acara, pemilihan lokasi, dekorasi, menu makanan, dan dokumentasi pernikahan. Begitu pula dengan acara ulang tahun, EO dapat membantu mengatur segala persiapan yang dibutuhkan, mulai dari tema, dekorasi, hingga hiburan yang cocok dengan tema perayaan ulang tahun. Pihak klien hanya perlu berkomunikasi dengan EO yang dipilih dan menyampaikan kebutuhan serta keinginan mereka. EO akan dengan cermat mengatur semua detail sesuai dengan preferensi klien, sehingga memastikan bahwa acara pernikahan atau ulang tahun berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Dengan

adanya EO, keluarga dan pasangan pengantin atau yang merayakan ulang tahun dapat benar-benar menikmati momen spesial tersebut tanpa stres atau kekhawatiran berlebihan.

➤ **Karakteristik Event**

Menurut Noor (2009), sebuah event yang menarik harus memiliki karakteristik dalam penyelenggaraanya, yaitu mempunyai ciri tersendiri dan cenderung memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya. Adapun karakteristik event yang bagus adalah sebagai berikut:

1. Uniquenesses

Kunci utama suksesnya sebuah event adalah pengembangan ide sehingga event memiliki keunikan tersendiri. Event dengan warna yang berbeda, tidak akan mudah untuk dilupakan oleh target audience. Keunikan dapat berasal dari peserta yang ikut serta, lingkungan sekitar, pengunjung pada event tersebut serta beberapa hal lainnya sehingga membuat event menjadi unik dan berbeda dari yang lainnya.

b. Perishability

Perishability adalah kemungkinan terjadinya event yang tidak sesuai dengan rencana atau acara tidak hidup sehingga kurang memuaskan. Apabila event tidak dikemas dengan baik maka target-target yang ingin dicapai di acara tersebut tidak akan tercapai.

Oleh karena itu, sebuah tim EO harus dapat manage atau mengorganisir semua unsur penting untuk suksesnya sebuah kegiatan.

c. Intangibility

Setelah menghadiri event, yang tertinggal di benak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari penyelenggaraan event.

Bagi penyelenggara hal ini merupakan tantangan untuk mengubah bentuk pelayanan intangible menjadi sesuatu yang berwujud sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam event

mampu mengubah persepsi pengunjung. Seperti penggunaan audio visual yang berkualitas yang akan selalu diingat oleh pengunjung event.

d. Personal Interaction

Personal interaction merupakan salah satu karakteristik yang penting pada saat event berlangsung. Pengunjung yang datang pada suatu event juga memiliki peran yang besar terhadap suksesnya event. Sebagai contoh, keterlibatan aktif penonton pada event konser musik dimana penonton dilibatkan untuk bernyanyi sehingga mereka berkontribusi pada terselenggaranya event tersebut

Adanya karakteristik event sejumlah empat point tersebut menjadi acuan bagi setiap EO untuk memikirkan strategi yang tepat dalam pengelolaan sebuah event.

TUGAS KELOMPOK!

- Lakukan Wawancara Penyedia Jasa EO
- Sertakan dengan dokumentasi kegiatan EO
- Deskripsikan Profil EO (5 W + 1 H)

[illegible]

- Kegiatan yang pernah diorganize (nama acara,jenis acara, jumlah participant)

-Kendala Menjadi Penyedia Jasa EO

Bab III

MANAJEMEN EVENT

Pengertian Manajemen

Banyak ahli telah mendefinisikan manajemen dengan pemahaman mereka masing-masing. Berikut ini adalah definisi manajemen menurut para ahli di dunia.

- *Van Fleet dan Peterson*

Mendefinisikan manajemen sebagai serangkaian kegiatan yang diarahkan pada pemanfaatan sumber daya secara efisien dan efektif dalam mengejar satu atau lebih tujuan.

- *Megginson, Mosley dan Pietri*

Mendefinisikan manajemen sebagai pekerjaan yang melibatkan sumber daya manusia, keuangan dan fisik untuk mencapai tujuan organisasi dengan melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian.

- *Kreitner*

Berpendapat bahwa manajemen adalah proses penyelesaian masalah untuk mencapai tujuan organisasi

secara efektif melalui penggunaan sumber daya secara efisien sesuai dengan perkembangan.

- *Taylor*

Manajemen adalah seni mengetahui apa yang harus dilakukan, kapan harus dilakukan dan melihat bahwa itu bisa dilakukan dengan cara terbaik dan termurah.

Tahapan Manajemen Event

Manajemen event adalah bagian dari ilmu manajemen yang menciptakan dan mengembangkan sebuah kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan orang-orang di satu tempat, melakukan serangkaian aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suatu kejadian.

Sebagian orang menyebut manajemen event sebagai bagian dari manajemen proyek. Namun terlepas dari hal itu, dengan melihat kegiatannya yang melibatkan banyak orang dan dilihat dari sisi perusahaan, maka event termasuk dalam kajian komunikasi pemasaran seperti halnya periklanan dan promosi.

Manajemen event perlu dipelajari karena kegiatannya dipengaruhi oleh komunikasi yaitu strategi visual dan pesan, komunikasi antar individu, seleksi dan penempatan media, publisitas dan promosi serta beberapa kegiatan lainnya.

Menurut Goldblatt (Event Management, 2013) :

“Event Manajement adalah kegiatan professional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan.”

Dengan demikian manajemen event dapat didefinisikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara profesional, sistematis efisien, dan efektif.

Kegiatannya meliputi konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga penilaian. Karena

dalam management event, semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan kegiatan yang sesuai dengan harapan.

Sedangkan menurut Noor (2009), manajemen event merupakan suatu pengorganisasian suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau lembaga yang dikelola secara profesional, efisien, dan efektif dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan kegiatan selesai.

Sebuah event yang sukses mempunyai lima tahapan penting yang harus diperhatikan, yaitu: *research, design, Planning, coordination, dan evaluation*. Adapun penjelasan tahapan pelaksanaan event adalah sebagai berikut (Goldblatt, 2002):

1. Research

Dalam melaksanakan sebuah event terdapat lima pertanyaan (*why, who, when, where, what*) yang dapat digunakan dalam memutuskan pelaksanaan sebuah event, yaitu: kenapa suatu event harus diadakan?, siapa publik dari event yang akan

diadakan?, kapan event akan diadakan?, dimana event akan diadakan? dan apa yang akan ditampilkan pada event?

Setelah menjawab kelima pertanyaan tersebut, kemudian dilakukan analisis *SWOT* (*strenght, weakness, opportunity, threats*) untuk mendapatkan dan memastikan semua tahapan berjalan dengan sistematis.

2. Design

Ide baru dapat membantu membuat aktivitas yang sesuai dengan tujuan dari pelaksanaan event yang dapat dilakukan dengan cara brainstorming dan mind mapping. Kreativitas harus sangat didukung oleh event manager, karena pada akhirnya produk yang ditawarkan adalah seni kreatif. Kreativitas adalah hal utama dalam setiap proses manajemen event.

Brainstorming dan mind mapping yaitu kegiatan dimana semua anggota dikumpulkan dan mengajukan ide masing-masing selanjutnya dihubungkan dan

dikonstruksi menjadi satu filosofi event yang meliputi keuangan, sosial, budaya dan aspek penting lainnya dalam pelaksanaan sebuah event.

Brainstorming berfokus mengenai tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan artistik, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang akan digunakan, dan sebagainya. Pada tahap ini dilakukan juga studi kelayakan event untuk menyaring ide-ide kreatif yang muncul. Studi kelayakan ini memperhatikan terkait anggaran biaya, sdm, serta kondisi politik.

3. *Planning*

Tahap perencanaan adalah tahap paling lama dalam proses manajemen event. Jika pada tahap research dan design dilakukan dengan baik maka tahap perencanaan dapat dilakukan dengan mudah. Namun jika research dan design belum dilakukan dengan baik maka akan sangat mungkin terjadi ketidaksesuaian pada tahap perencanaan dan

dilakukannya pergantian-pergantian pada rencana utama dengan rencana pengganti.

Dalam tahap perencanaan melibatkan penggunaan tiga dasar hukum yakni waktu, tempat, serta tempo. Kejelian dalam memanfaatkan ketiga hal tersebut akan sangat mempengaruhi hasil dari event yang diselenggarakan.

4. *Coordination*

Koordinasi merupakan tahap yang paling banyak dilakukan saat pelaksanaan atau eksekusi pada tahap sebelumnya yakni mengeksekusi rencana yang telah dibentuk dengan matang.

Pada tahap ini peran event manager sangatlah penting di mana event manager dihadapkan pada banyak pilihan yang mengharuskan pengambilan keputusan demi keputusan dilakukan dengan profesional sehingga berdampak baik pada hasil dari event yang diselenggarakan.

5. Evaluation

Evaluasi merupakan tahap dimana dilakukan penilaian pada event dari tahap pertama hingga event telah selesai diselenggarakan. Penilaian pada evaluasi sendiri berfungsi untuk menjadi bahan acuan pada penyelenggaraan event-event serupa yang akan diselenggarakan selanjutnya.

Evaluasi adalah proses penilaian, pengukuran akan efektivitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Data yang diperoleh dari hasil evaluasi tersebut akan dipergunakan sebagai analisis situasi dalam program berikutnya. Hal ini bertujuan untuk melihat keberhasilan dari acara tersebut dan melihat kelebihan dan kelemahan acara.

TUGAS KOLEKTIF

Deskripsikan Manajemen Event!

Manajemen adalah

Lingkup Kerja Manajemen dalam *Event Organizer!*

BAB IV

LEGALITAS EVENT

Menurut Sulistiyowati dan Harisma (2016), setiap event yang diselenggarakan harus jelas legalitasnya. Legal dalam arti aman dari dan telah mendapatkan persetujuan dari pihak-pihak yang berwenang memberikan izin untuk penyelenggaraan event. Legalitas event dapat ditentukan dengan kejelasan penyelenggara event. Legalitas event dapat terlihat dari kejelasan organisasi event, status keanggotaan dalam organisasi, kontrak dan kerjasama event, dan perijinan. Legalitas untuk sebuah kegiatan event ditentukan oleh siapa yang menyelenggarakan event, bisa berupa *event coordinator*, *committee*, atau perusahaan pemberi sponsor. Sangatlah penting mengetahui siapa penyelenggara event, siapa pemilik event dan siapa yang bertanggungjawab terhadap event.

Struktur organisasi untuk event harus mampu mencerminkan hal ini dimana didalamnya terdapat status dari setiap personel, seperti kordinator event,

kontraktor dan siapa saja stakeholdernya. Di samping struktur organisasi, pada setiap penyelenggaraan event harus juga ada kontrak yang ditandatangani secara bersama antara even torganizer dengan perusahaan pemberi sponsor untuk keberlangsungan event. Seluruh legalitas tercantum di atas harus dituangkan dalam kontrak dan perjanjian yang diketahui oleh dua pihak.

➤ **Kontrak Event.**

Kontrak adalah perjanjian antara dua pihak yang berisi tanggungjawabdan kewajiban yang diatur berdasarkan hukum yang berlaku yang isinya menjelaskan pertukaran kepentingan antara kedua belah pihak (Bowdin dkk: 2003). Kontrak dapat tertulis dan juga dapat persetujuan lisan, tetapi sebaiknya setiap kontrak dituangkan dalam perjanjian tertulis. Kontrak biasanya tertuang dalam kalimat yang singkat dan jelas dan tidak dalam jumlah lembar yang banyak, tetapi untuk kontrak yang mencantumkanjumlah uang yang besar dan sejumlah kewajiban, harus tertuang dalam kontrak formal. Goldblatt (1997) dalam Bowdin (2003)

menjelaskan beberapa hal yang biasanya muncul pada kontrak sebuah event adalah: - Nama kedua belah pihak dan nama perusahaan yang mengikat kontrak - Produk atau layanan yang diberikan secara detail (peralatan, hiburan, penggunaan fasilitas bangunan, penasehat, ahli)

Keuntungan yang didapatkan oleh belah pihak.

Tandatangan kedua belah pihak yang mengerti isi kontrak, dan kondisi perjanjian tersebut. Supaya kontrak menguntungkan kedua belah pihak, sebaiknya setiap kontrak memuat seluruh elemen yang dibutuhkan, seperti: kondisi keuangan, termasuk didalamnya jadwal pembayaran, kasus pembatalan, waktu pengiriman, hak dan kewajiban kedua belah pihak, serta penjelasan secara rinci pertukaran barang dan jasa antara kedua belah pihak. Setiap event yang diselenggarakan akan memiliki kontrak yang berbeda tergantung dari kepentingannya. Misalnya event yang berukuran medium akan membutuhkan kontrak dengan pihak-pihak seperti pengisi acara, penyedia tempat, penyedia barang dan jasa (supplier), penyedia jasa katering,

kemanan, penyedia peralatan audio visual dan sponsor. Berbeda dengan event kecil yang diselenggarakan kemungkinan tidak memerlukan kontrak dengan banyak pihak, mungkin hanya berupa surat perjanjian saja dan tidak mencantumkan detail perjanjian. Kesemuanya tergantung dari jenis perjanjian dan dengan pihak mana membuat kontraknya. Penulisan kontrak memiliki gaya yang berbeda, sebagai seorang event manager harus bisa menyesuaikan dengan perbedaan tersebut. Dalam operasionalnya, event organizer membutuhkan banyak kontrak dengan pihak-pihak terkait penyelenggaraan event, seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar Kontrak Kerjasama EO dengan Pihak terkait Penyelenggaraan Event

Pembuatan Kontrak Event Proses pembuatan kontrak untuk kegiatan event biasanya terdiri dari lima langkah utama: intention, negotiation, initial acceptance, agreement on term dan signing (Bowdin dkk, 2003).

Proses pembuatan kontrak tersebut berlaku pula bagi event management yang memiliki kontrak standar, perusahaannya terdapat pada nama dari supplier atau pihak yang akan melaksanakan kontrak serta kondisi khusus yang akan digunakan dalam kontrak tersebut. Proses ini juga akan membantu perusahaan untuk mengerti kontrak yang dikirim oleh supplier atau sponsor serta pihak lain yang terlibat dalam kegiatan event.

Proses pembuatan kontak ini biasanya memerlukan waktu lama. Untuk event yang berskala besar dan kontrak yang lebih kompleks biasanya ada perjanjian utama yang dikirim setelah negosiasi berlangsung. Isi dari perjanjian ini berupa poin penting

dan sangat spesifik dari pelayanan atau produk yang tercantum.

Kontrak dapat diperbaiki, atau diberhentikan sesuai kesepakatan pihak-pihak yang terlibat. Bagian akhir kontrak harus berisi pasal yang memperbolehkan kesemua pihak menyelesaikan masalah pada pihak berwenang apabila terjadi ketidaksamaan. Kontrak antara EO dengan Pihak Penyedia Jasa Hiburan Kontrak untuk entertainment biasanya berisi klausul tentang kewajiban penyelenggara event yang akan menyediakan barang dan jasa termasuk juga pembayaran yang dilakukan. Kontrak untuk pengisi acara utama bisa mencapai dua puluh sampai tiga puluh lembar yang didalamnya berisi:

1. Spesifikasi teknik (microphone tata cahaya, teknisi yang dibutuhkan dan lain-lain).
2. Spesifikasi hospitality (makanan, minuman, waktu istirahat, akomodasi untuk bersantai, dan lain-lain).

3. Spesifikasi tempat (pembayaran, kebutuhan asuransi). Banyak kegiatan event menampilkan hiburan sebagai kegiatan pendukung, dan kadang kegiatan pendukung menjadi cara EO untuk menarik peserta kegiatan event yang akan diselenggarakan, sehingga kegiatan ini pun harus masuk dalam kontrak kegiatan event meskipun hanya bersifat kegiatan pendukung. Kontrak juga harus berisi klausul yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Apabila sebuah grup entertainer diwakili oleh agen yang ditunjuk, maka agen tersebut harus juga ikut menandatangani kontrak tersebut, bias sebagai saksi atau pihak yang mewakili pihak yang grup entertainernya.

Kontrak antara EO dengan Pihak Penyedia Tempat Penyelenggaraan Event Kontrak untuk tempat penyelenggaraan event memiliki klausul tersendiri yang biasanya terdiri dari penggunaan tempat serta perawatan dan kerugian yang harus ditanggung apabila terdapat

kerusakan, sehingga diperlukan sejumlah personal dan staf keamanan untuk menjaga tempat terselenggaranya event. Kontrak untuk tempat penyelenggaraan event biasanya terdiri dari:

1. Deposit.

Jumlah uang yang dikeluarkan yang biasanya dihitung berdasarkan prosentase total biaya yang dikeluarkan untuk menyewa tempat. Deposit akan dikembalikan apabila tidak terdapat kerusakan atau perbaikan atas event yang telah berlangsung.

2. Pembatalan. Terdapat biaya ganti rugi apabila tempat penyelenggaraan tidak jadi digunakan, bisa juga berbentuk pengembalian penuh dari total keseluruhan biaya atau sebagian dari jumlah yang ditetapkan. Biasanya besarnya biaya pembatalan tergantung dari berapa lama waktu mencapai tanggal melaksanakan kegiatan.

3. Akses.

Akses merupakan jalan masuk dan keluar dalam satu tempat penyelenggaraan, termasuk didalamnya kapan waktu pembukaan dan penutupan, pintu masuk dan keluar. Akses biasanya dibedakan antara pengunjung dan pegawai. Dalam satu tempat penyelenggaraan sebaiknya terdapat beberapa akses untuk melancarkan jalannya kegiatan.

4. Keterlambatan Denda

Ditetapkan apabila penggunaan tempat melebihi waktu yang telah ditetapkan. Sering terjadi keterlambatan pada pelaksanaan event yang berakibat pada penggunaan tempat melebihi waktu yang telah disepakati. Sebaiknya hal ini telah masuk dalam perhitungan waktu penyelenggaraan.

5. Penambahan

Menyusun tata letak ruangan yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan event.

Rencana tata letak ruangan bisa berubah setelah tata letak ruang disusun, hal ini karena tidak jarang penyelenggara hanya menghitung berapa luas ruangan yang akan digunakan tanpa meninjau secara langsung keadaan ruangnya. Karena hal itulah maka mungkin terjadi penambahan atau pengurangan yang diperlukan untuk terselenggaranya kegiatan.

6. Lambang

Lambang meliputi lambang-lambang atau logo yang akan dipajang selama kegiatan event berlangsung. Lambang merupakan promosi dari perusahaan pemberi sponsor. Seluruh materi promosi yang akan dipasang harus mendapat persetujuan dari pengelola tempat. Saat menyewa tempat, harus jelas apa saja yang akan didapatkan oleh penyewa dan apa yang tidak akan didapatkan, misalnya apabila dalam gambar atau brosur yang diperlihatkan tercantum foto meja dan kursi beserta

kelengkapan lainnya, tidak berarti bahwa tempat yang akan disewa akan mendapatkan fasilitas yang sama seperti di gambar. Sehingga perlu dijelaskan dalam kontrak atau perjanjian semua fasilitas yang akan didapatkan atau tidak tersedia. Kontrak antara EO dengan Pihak Sponsor Kontrak dengan sponsor biasanya meliputi tanda dan lambing perusahaan, eksklusifitas dari pemberian sponsor serta keberlanjutan sponsor setelah event berakhir tetap harus dijelaskan. Sebagai spesifikasi khusus, logo sponsor bisa tercantum dalam setiap produk promosi atau hanya dalam produk-produk tertentu saja.

Seperti dijelaskan oleh Korman (2000) dalam Bowdin dkk (2003) bahwa perusahaan pemberi sponsor biasanya akan meminta secara detil eksklusifitas dari merk perusahaannya untuk mendapatkan keuntungan maksimal dari sebuah event. Ia juga menjelaskan bahwa untuk

sponsor dengan prosentase kecil harus dapat dipastikan bahwa mereka tidak membutuhkan portofolio seperti pemberi sponsor utama. Karena ada perbedaan pemberian sponsor berdasarkan jumlah yang diterima oleh event organizer, maka terdapat tingkatan untuk sponsor, misalnya: sponsor tunggal, sponsor utama, sponsor pendamping atau supplier sebagai pemberi sponsor juga harus ada dalam kontrak. Kontrak dengan sponsor akan menjelaskan juga hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, seperti berapa jumlah delegasi/pengunjung yang hadir dan diberikan kepada sponsor.

Kontrak antara EO dengan Media Kontrak dengan media akan sangat beragam karena terdapat jumlah uang yang besar, misalnya pada proses produksi dalam dunia broadcast yang akan menghasilkan barang seperti video dan rekaman suara. Beberapa hal yang penting dalam klausul kontrak yang dibuat dengan broadcast

adalah: - Area Harus dapat mengidentifikasi cakupan area dilaksanakannya kontrak, misalnya lokal, nasional, atau internasional. Perusahaan event harus berhati-hati dengan hak cipta dari liputannya serta nilai-nilai yang akan disiarkan. Garansi Harus dipertimbangkan ketika jenis dan level dari sponsor yang akan diikutsertakan dalam liputan. Terkadang kontrak dengan sponsor dan kontrak dengan broadcast menimbulkan perselisihan. Apabila terdapat tiga pihak yang terlibat, sebaiknya cantumkan semua pihak yang akan terlihat di dalamnya.

1. Izin tayang ulang.

Berisi tentang berapa banyak penayangan dalam jangka waktu yang telah diterapkan, kewenangan pihak broadcast dalam meng-edit atau mengambil intisari penayangan, dan berapa banyak peralatan yang digunakan. Biasanya hal ini akan terjadi setelah event selesai terselenggara, sehingga kontrak yang dibuat harus mencantumkan masa berlaku kontrak.

2. Merchandising.

Kontrak dapat berisi pasal atas siapa yang memiliki hak cipta dari produk aslinya. Hak kepemilikan dan penjualan produk seperti barang-barang promosi dan rekaman event yang diselenggarakan dapat menjadi pemasukan utama untuk sebuah kegiatan.

3. Akses.

Akses bagi broadcaster untuk memasuki area event, akses merupakan point utama, apakah tim broadcast akan berada di panggung selama kegiatan berlangsung? Bagaimana rencana penempatan peralatan yang digunakan juga harus masuk dalam pasal yang ada di kontrak. Apakah broadcast bisa juga dengan mudah wawancara tamu utama dalam event. Sangat penting dijelaskan dalam kontrak berapa banyak akses yang dimiliki oleh broadcaster untuk meliputi kegiatan yang berlangsung. Broadcaster biasanya dapat memberikan banyak ide dalam

menata tempat penyelenggaraan sesuai dengan acara yang akan diliput. Misalnya area yang cocok dengan liputan televisi serta dekorasi yang sesuai dengan tema kegiatan yang berlangsung. Kesemuanya tergantung pada kebutuhan event, misalnya, keikutsertaan stasiun televisi pada penyelenggaraan event dalam merencanakan dan mendekorasi ruang sesuai tema dari kegiatan yang berlangsung sehingga selama event berlangsung, hal ini mampu membawa sinergi antara event, sponsor dan broadcaster yang kesemuanya memberikan keuntungan bagi stakeholder yang terlibat.

4. Asuransi.

Asuransi merupakan strategi yang digunakan untuk memperkecil resiko yang mungkin ditimbulkan oleh suatu event. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengasuransikan suatu event adalah:

- a. Kontrak tempat penyelenggaraan, apakah asuransi termasuk dalam kontrak yang ditandatangani saat penyewaan tempat?
- b. Apakah ada keamanan yang memadai ditempat diselenggarakan event? Kondisi yang diharapkan berupa penjagaan atas barang-barang dan kondisi pencegahan yang diharapkan.
- c. Pastikan bahwa asuransi akan menutup semua biaya kerugian yang ditimbulkan, atau sebagian sesuai dengan perjanjian yang dibuat. - Apabila dalam kontrak tertera hanya akan menutup semua resiko kecil yang muncul, maka harus muncul pertanyaan Apakah dibutuhkan asuransi lain untuk menutup semua kegiatan apabila terjadi sesuatu?"
- d. Apakah pengunjung/peserta dan semua orang yang terlibat dalam event juga termasuk dalam kontrak asuransi?

- e. Apakah peralatan yang dipinjam juga termasuk dalam asuransi? Apabila terjadi kerusakan, apakah asuransi juga akan menutup semua biayanya? Masih banyak asuransi yang dapat digunakan untuk meminimalisasi resiko yang ditimbulkan penyelenggaraan event. Di banyak negara maju, penggunaan asuransi kecelakaan diri bagi pekerja, sukarelawan dan peserta atau pengunjung, serta asuransi properti.

Kesemua asuransi yang akan digunakan dalam penyelenggaraan event. Di banyak negara maju, penggunaan asuransi pada event sudah mulai diperhitungkan, misalnya asuransi cuaca, asuransi kecelakaan diri bagi pekerja, sukarelawan dan peserta atau pengunjung, serta asuransi properti. Kesemua asuransi yang akan digunakan dalam penyelenggaraan event haruslah dilaksanakan dengan legalitas yang jelas

CONTOH

Lampiran Kerja Event Organizer

*Format Timeline & Anggaran Dana Kegiatan

No	Item	Timeline
1.	Desain Dekorasi Panggung	
2.	Desian Flayer Kegiatan	
3.	Desain Slide Acara	
4.	Desain Spanduk, Backdrop & Photobooth	
5.	Pembuatan Link Pendaftaran	
6.	Share Flayer dan Caption	
7.	Count down Acara	
8.	Pengadaan Tiket Fisik	
9.	Copy Writting	
10.	Script MC	
11.	Dress All Talent	
12.	Sertifikat Pemateri	

13.	Souvenir Pemateri & Moderator	
14.	Doorprize Peserta	
15.	Dresscode Pelaksana	
16.	Latihan All Talent	
17.	Pengadaan Sound dan layar	
18.	Sewa/ Izin Venue	
19.	Surat izin kegiatan	
20.	Sewa landscape /dekorasi	
21.	Penyediaan Konsumsi	
22.	Peyediaan alat makanan	
23.	Penyewaan Ku rsi/ Tenda/Karpet (jika dibutuhkan)	
24.	Penyewaan Standing Ac	
25.	Make Up Talent	
26.	Sponsor Kegiatan	
27.	Broadcast Donasi kegiatan	
28.	Pemasangan Stand/ Tenant Sponsor	
29.	Mic dan Baterai	

30.	Pengadaan Bingkai /Frame Cindramata Pemateri	
31.	Pembuatan Skript Puisi dan sejenisnya	
32.	Pembuatan Bumper Acara	
33.	Voice Over Tampilan Audio Visual	
34.	Video Selamat Datang	

1	Backdrop @ Aula Aisyah		lembar	Rp 450,000	Rp 450,000
2	Spanduk @ Area Outdoor	3x1	lembar	Rp 250,000	Rp 250,000
3	Umbul- Umbul	20	lembar	Rp 100,000	Rp 2,000,000
4	Goodie Bag Undangan	10	Goodie Bag	Rp 100.000	Rp 1.000,000
5	Fee Mc	1	Orang	Rp 250,000	Rp 250,000
6	Sign Kegiatan (Rambu- Rambu)	20	Pasang	Rp 500,000	Rp 500,000
7	Biaya Laundry Hijab Dekor Stiba	1	Pasang/Tirai	Rp. 700.000	Rp 700,000
8	Id Card Oc	140	Buah	Rp. 10.000	Rp. 1.400.000
9	Kantong Plastik Sendal Peserta	10	Bungkus	Rp. 35.000	Rp. 350.000
10	Sunduk Donasi	30	Lembar/Dos	Rp. 33.000	Rp. 1.000.000
11.	Konsumsi Panitia Kerja Sunduk	8	Orang	Rp 20.000	Rp. 160.0000
12.	Fee Skript Writer	2	naskah	Rp. 300.000	Rp. 300.000

	Drama & Fundraising				
13	Fee Videografer 1	1	orang	Rp. 300.000	Rp. 300.000
	TOTAL				Rp. 8.160.000

“Setiap Gagasan Melahirkan Aksi

Setiap Aksi Melahirkan Karya

Setiap Karya Melahirkan Kepuasan”.

***** Catatan Penting***

Apabila jumlah tim tidak terlalu banyak atau *event* berskala kecil, dapat dilakukan efisiensi struktur dengan menggabungkan divisi, misalnya :

- *Divisi Acara – Divisi Dokumentasi*
- *Divisi Publikasi – Divisi Dokumentasi*
- *Divisi Dana – Divisi Konsumsi*
- *Divisi Kebersihan – Divisi Keamanan*

Biodata Penulis

Zelfia

Zelfia, SIP, MM, M.Sos, I , Dosen aktif di Program Studi Ilmu Komunikasi UMI, Peneliti dan Praktisi Event organizer. Pernah aktif di media dakwah Mahasiswa UNHAS, pernah menjadi koresponden di bebrbagai media lokal cetak, sekarang aktif mengelola portal media muslimah, dan dalam komunitas pemuda.

Tersertifikasi BNSP dalam bidang Manajemen Event 2022. Aktif Sebagai trainer untuk Pelatihan Event organizer di organisasi umum dan Ormas tingkat lokal maupun nasional. Selama 14 tahun bersama Muslimah BISA Organizer mengelola event islami. . Sekarang aktif sebagai Tim kreatif Syiar Pro Organizer yang berlokasi di Makassar. Penulis dapat dihubungi melalui akun instagram @sofie229 dan email : zelfia229@gmail.com

Fauziah Ramdani

Fauziah Ramdani, adalah alumni dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin yang saat ini sebagai dosen aktif pada salah satu universitas/ sekolah tinggi swasta di kota Makassar Sul-Sel.

Selain mengajar, juga tercatat sebagai mahasiswi S3 konsentrasi ilmu dakwah dan komunikasi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Aktif sebagai penulis baik media online maupun jurnal ilmiah hingga sekarang. Karya tulis yang dihasilkannya mencakup berbagai bidang, mulai dari buku motivasi, agama, sosial politik dan pemikiran.

Di antara beberapa karyanya dalam bentuk buku antara lain : *Taaruf lalu Cinta, Tuma'ninah, Sukses Move On, Aktivis Dakwah Baper, Muslimah Anti Viral, Perang Pemikiran Zaman Now, Memoar di tanah Gaza. Juga berbagai tulisan yang termuat dalam karya antologi diantaranya: Perassanku*

Tumpah, Memo Rakyat, Memo Penguasa, Al Qur'an Inspirasi Hidup, Iam Muslimah, The Miracle Of Ramadan, Panduan Praktis Mc dan Moderator.

Selain sebagai penulis , keterlibatan sebagai praktisi Event Organizer juga telah dilalui sejak 2013 hingga sekarang. Terlibat dalam berbagai event baik lokal maupun nasional, serta menjadi salah satu tim kreatif dari Syiar Pro Event Organizer yang berlokasi di Makassar.

Beberapa event besar yang pernah terlibat yang menghadirkan pembicara baik lokal maupun nasional yang pernah diorganize diantaranya menghadirkan; Ustadz Abdullah Gymnastiar, Ustadz Hanan Attaki, Peggy Melati Sukma (Teteh Khodijah), Oki Setiana Dewi, Dr Aisa Dahlan, dan sederet pembicara lainnya.

Penulis dapat dihubungi melalui akun instagram @zhefauziah dan email: zhedan88@gmail.com

Daftar Pustaka

Buku:

Abdullah, Iqbal Alan. 2009. *Manajemen Konferensi dan Event*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Kennedy, John E. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: alfabeta.

Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sulaksana. 2003. *Integrated Marketing Communications -Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Goldblatt, Joe. 2002. *Special Events*. New York: John Wiley and Sons.

E-Book dan Website:

<https://www.lspr.ac.id/jenis-kualifikasi-event->

organizer/

<https://dailysocial.id/post/event-organizer-adalah>

<https://www.lspr.ac.id/jenis-kualifikasi-event-organizer/>

http://iguidepost.blogspot.co.id/2008/06/sejarah-event-organizer_17.html).

(http://iguidepost.blogspot.co.id/2008/06/sejarah-event-organizer_17.html).