

KEGIATAN PERINGATAN HARI KARTINI BERTAJUK
“*LOVING MOTHER NATURE*” TANGGAL 16 APRIL 2011
DI ILP TANJUNG DUREN

LAPORAN KULIAH KERJA PRAKTIK

Diajukan Sebagai Syarat Pemenuhan Nilai Mata Kuliah Kerja Praktik Program
Studi Strata 1 Ilmu Komunikasi

Oleh

ANNISA FITRIANI

N.I.M: 2005-52-137

Konsentrasi: *Public Relations*



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
JAKARTA 2012

UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*

TANDA PENGESAHAN SIDANG
LAPORAN KULIAH KERJA PRAKTIK

Telah Diuji di Jakarta

Dinyatakan : (Lulus/~~Tidak Lulus~~)

Nama : Annisa Fitriani

NIM : 2005-52-137

Judul : Kegiatan Peringatan Hari Kartini Bertajuk "*Loving Mother Nature*"

Tanggal 16 April 2011 di ILP Tanjung Duren.

Sidang Penguji,

Penguji I,

Penguji II,

(Ade Suryani, M.Soc.Sc)

(Agus Firmansyah, S.Sos)

UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*

TANDA PERSETUJUAN SIDANG

Nama : Annisa Fitriani

NIM : 2005-52-137

Judul : Kegiatan Peringatan Hari Kartini Bertajuk "*Loving Mother Nature*"

Tanggal 16 April 2011 di ILP Tanjung Duren.

Jakarta, 24 Februari 2012

Ketua Bidang Konsentrasi

(Sumartono, M.Si)

Pembimbing Lapangan,

Pembimbing Materi,

(Shinta Y D K)

(Agus Firmansyah, S.Sos)

ABSTRAK

Nama : Annisa Fitriani
NIM : 2005-52-137
Judul : KEGIATAN PERINGATAN HARI KARTINI
BERTAJUK“*LOVING MOTHER NATURE*” TANGGAL
16 APRIL 2011 DI ILP TANJUNG DUREN
Jumlah Halaman Isi : V; 43; 7 Gambar; 6 Lampiran
Kata Kunci : Kegiatan *Event*
Daftar Pustaka : 7 Judul Buku

Laporan Kerja Praktik dimaksudkan untuk menjelaskan apa saja proses yang sudah dijalankan oleh penulis dalam kegiatan magangnya di ILP Tanjung Duren, terhitung sejak tanggal 7 Maret 2011 sampai 31 Mei 2011, mengenai *event* yang bertajuk *Loving Mother Nature*. Dalam pelaksanaan *event*, diperlukan perencanaan yang baik. Dari mulai menentukan tempat, waktu, bagaimana pelaksanaannya, siapa saja yang terlibat, dan menentukan judul dari *event* yang akan dibuat. Selain itu, dalam menentukan *event* juga harus memiliki rencana cadangan selain rencana inti, hal ini bertujuan agar ketika jalannya acara tidak sesuai dengan yang diharapkan maka masih ada cadangan acara lain. Lalu hendaknya pilihlah tempat yang lebih luas agar *event* berjalan dengan baik.

Kegiatan peringatan hari Kartini dimulai dengan pembahasan judul *event*, lalu lomba apa saja yang akan diadakan, beberapa lomba diantaranya *story telling*, menyanyi, peragaan busana, dan membuat figura foto menggunakan batang korek api. Lalu pembagian para PIC (*person in charge*), tempat pelaksanaan *event* di ILP Tanjung Duren, pkl. 10.00-12.00 WIB, peserta berjumlah 20 orang berusia 3 sampai 10 tahun. Setelah itu, menentukan hadiah bagi pemenang pertama, kedua, dan ketiga berupa *voucher* potongan biaya kursus, *goody bag*, *souvenir* dan bagi seluruh peserta diberikan juga *lunch* berupa paket hemat Hoka-hoka Bento. Membuat surat pengumuman diadakannya lomba dengan menempelkan di mading ILP, juga memberitahukan kepada para siswa berusia 3 sampai 10 tahun akan adanya lomba, dan mengkonfirmasi siapa saja yang ikut dipungut biaya Rp 50.000,- masing-masing anak.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah kata yang penulis haturkan kepada Allah Tuhan semesta alam atas semua nikmat dan kelancaran yang telah diberikan-Nya. Tidak lupa salawat serta salam selalu diucapkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.

Penulis berterima kasih kepada para pihak yang terlibat dalam pembuatan laporan ini.

Ucapan terima kasih penulis berikan untuk:

1. Orangtua penulis tentunya yang selalu mendukung semua hal positif yang penulis lakukan. Dukungan moril dan materil yang selalu diberikan orangtua kepada penulis amat sangat membuat penulis bersemangat dalam menyelesaikan laporan ini.
2. Terima kasih untuk adikku tersayang Muhammad Ar Rasyiid.
3. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.
4. Bapak Pembimbing Kuliah Kerja Praktik Agus Firmansyah yang meluangkan waktunya dalam membimbing penulis.
5. Ibu Shinta selaku kepala sekolah ILP Tanjung Duren.
6. Segenap staf dan para teman ILP Tanjung Duren.
7. *Special thanks to* 可愛的小弟弟—Santosa Wijaya.
8. Semua pihak yang terlibat dan tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.
9. *Last but not least thanks a lot to* Dong Hae Oppa, Suju, MBLAQ, CN Blue *for supporting me through your songs and your cool videos. Gomawo oppa, saranghamnida. 안니사피뜨리아니*

Penulis menyadari dalam laporan Kuliah Kerja Praktik ini masih jauh dari sempurna. Penulis hanya ingin membuat laporan ini sebagai bahan pertimbangan tentang proses pembuatan *event*.

Akhir kata semoga laporan ini dapat memberikan inspirasi untuk pembaca dalam membuat *event*.

Jakarta, 3 Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Kuliah Kerja Praktik	3
1.3. Kegunaan Kuliah Kerja Praktik	3
1.3.1. Kegunaan secara Teoritis	4
1.3.2. Kegunaan secara Praktis	4
1.4. Lokasi dan Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktik	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.	5
2.1. Definisi Komunikasi	5
2.2. Definisi <i>Public Relations</i> /Humas	7
2.3. Fungsi <i>Public Relations</i> /Humas	8
2.4. Pekerjaan dan Tugas <i>Public Relations</i> /Humas	9
2.5. Definisi <i>Event</i>	10
2.5.1. Jenis <i>Event</i>	11
2.5.2. Manfaat <i>Event</i>	12
2.5.3. Tahapan Perencanaan <i>Event</i>	13
2.5.4. Lokasi	18
2.5.5. Syarat Pemilihan Lokasi <i>Event</i>	19
2.5.6. Tema dan Waktu	19
2.5.7. Berkaitan dengan Waktu	20
2.5.8. Acara	20
2.5.9. <i>Stakeholders</i>	21
2.5.10. Dekorasi dan Perlengkapan	22
2.5.11. Evaluasi	22
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
3.1. Profil Singkat ILP	24
3.2. Visi	26
3.3. Prestasi dan Potensi	27

3.4. Struktur Organisasi ILP Tanjung Duren	30
Keterangan	31
BAB IV PEMBAHASAN	32
4.1. <i>Event Kartini Day—Loving Mother Nature</i> ILP	31
4.2. Tujuan <i>Event Kartini Day—Loving Mother Nature</i> ILP	33
4.3. Kegiatan <i>Event Kartini Day—Loving Mother Nature</i> ILP	34
4.4. Perencanaan	35
4.5. Pelaksanaan	36
4.5.1. Mekanisme <i>Event Kartini Day</i>	36
4.5.2. <i>Rundown Event Kartini Day</i>	37
4.5.3. Biaya Operasional	41
4.6. Evaluasi	41
BAB V PENUTUP	42
5.1. Simpulan	42
5.2. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR GAMBAR	
4.1. <i>Story Telling</i>	37
4.2. <i>Singing</i>	38
4.3. <i>Fashion Show</i>	38
4.4. Penulis memeragakan Gerakan <i>Fashion Show</i>	39
4.5. Making Photo Frame	39
4.6. Panitia dan <i>Managing Director</i> ILP Tanjung Duren	40
4.7. Panitia dan <i>Managing Director</i> ILP Tanjung Duren	40
LAMPIRAN	
Lampiran I Daftar Nama Panitia (<i>Person In Charge</i>)	
Lampiran II Pengumuman	
Lampiran III <i>Form</i> Surat Undangan Orangtua	
Lampiran IV Nama Peserta Lomba	
Lampiran V Riwayat Hidup Penulis	
Lampiran VI Surat Keterangan Kuliah Kerja Praktik	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peringatan hari besar nasional khususnya terkait dengan peringatan hari pahlawan selalu dirayakan oleh sekolah atau yayasan formal maupun yayasan non-formal. Peringatan ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa nasionalisme para anak didik dan memperkenalkan tokoh-tokoh pejuang bangsa yang sudah rela berkorban demi bangsa dan negara.

Salah satu pahlawan yang terkenal adalah Raden Ajeng Kartini atau biasa disebut dengan R. A Kartini. Beliau merupakan tokoh pahlawan yang memperjuangkan hak-hak perempuan, pelopor emansipasi perempuan Indonesia. Cita-cita yang beliau miliki sangatlah mulia yaitu mengangkat derajat kaum perempuan melalui dunia pendidikan. Agar mereka mendapatkan hak dan keseimbangan dalam berumah tangga dan karier.

Untuk itu setiap tanggal 21 April bangsa Indonesia selalu memperingati hari pahlawan nasional dengan sebutan hari Kartini. Sebab, pada tanggal 21 April 1879 merupakan hari kelahiran pahlawan yang memperjuangkan hak perempuan tersebut.

Salah satu yayasan non-formal yang memperingati hari Kartini adalah lembaga yang bergerak di bidang usaha kursus bahasa Inggris yaitu ILP (*International Language Programs*) yang berlokasi di Tanjung Duren. Tujuan

diadakannya *event* ini, selain untuk memperkenalkan sosok Kartini kepada para murid juga untuk meningkatkan *brand image* ILP Tanjung Duren kepada *stakeholder* baik internal maupun eksternal. *Event* tersebut juga dapat digunakan sebagai salah satu alat pemasaran.

ILP (*International Language Programs*) merupakan salah satu lembaga kursus bahasa Inggris yang berdiri sejak tahun 1977. ILP telah membawa angin segar bagi dunia pengajaran bahasa Inggris dengan memperkenalkan metode pengajaran bahasa Inggris internasional. Cabang pertama ILP didirikan di Jalan Ciomas, Kebayoran Baru—Jakarta Selatan. Lembaga pendidikan bahasa Inggris inilah yang pertama kali menggunakan guru penutur asli (*native speaker*) di Indonesia.

Sejak saat itu jajaran manajemen, para guru dan staf ILP bekerja tanpa henti untuk meningkatkan dan mengembangkan program-program pengajaran bahasa Inggris untuk memenuhi kebutuhan seluruh bidang kehidupan masyarakat. Sampai saat ini sudah ratusan ribu siswa, perusahaan swasta—nasional dan multinasional serta lembaga-lembaga pemerintahan yang memperoleh manfaat dari program-program ILP yang berkualitas.

Event yang diselenggarakan pada Sabtu, 16 April 2011 bertajuk *Kartini day*—“*Loving Mother Nature*” pkl. 10.00-12.00 di ILP Tanjung Duren. Dalam *event* ini dilombakan beberapa acara yaitu membuat bingkai foto dari kayu korek api, *story telling*, peragaan busana nasional, dan menyanyi. Pada setiap sesi dibawakan dengan bahasa Inggris.

1.2. Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Kuliah kerja praktik (KKP) merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mahasiswa dalam mempraktikkan kemampuan mahasiswa tersebut ke dalam dunia kerja. Dengan demikian mahasiswa dapat secara langsung terjun dalam dunia kerja dan melihat bagaimana suasana dalam dunia kerja tersebut.

Kuliah Kerja Praktik (KKP) bertujuan agar mahasiswa memiliki pengalaman kerja di suatu instansi atau lembaga resmi agar sedapat mungkin memperoleh kesempatan untuk menerapkan apa yang telah mahasiswa peroleh selama masa pendidikan.

Tujuan khusus adalah untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan *event* dari konsep acara, media komunikasi yang digunakan sampai para sponsor yang mendukungnya. Kuliah Kerja Praktik ini diakhiri dengan penyerahan Laporan Praktik Kerja.

1.3. Kegunaan Kuliah Kerja Praktik

Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan *event ILP's Anniversary* yang bertajuk *Special Event ILP's 33rd Anniversary*. Diselenggarakan oleh PT Intisari Langkah Positif.

1.3.1. Kegunaan secara Teoritis

Secara teoritis Kuliah Kerja Praktik diharapkan dapat menjadi wadah untuk mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat di bangku perkuliahan. Selain itu, mahasiswa juga dapat mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan *event* yang diadakan suatu instansi atau organisasi yang bertujuan memberikan *awareness* ke masyarakat.

1.3.2. Kegunaan secara Praktis

Secara praktis diharapkan laporan ini dapat berguna bagi kepentingan manajemen ILP untuk kelancaran dan kepentingan pengembangan usahanya. Selain itu, diharapkan pula dapat memberikan informasi seputar pelaksanaan kegiatan *event* bagi pembaca.

1.4. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktik

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktik berlokasi di ILP *outlet* Tanjung Duren, Jl. Tanjung Duren Raya Kav. 354, No. 40—Jakarta Barat. Instansi ini beroperasi dari Senin sampai Sabtu dengan jam kerja Senin-Jumat pkl. 09.00-21.30 WIB, Sabtu pkl. 09.00-14.00 WIB. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan terhitung sejak 7 Maret 2011 sampai 31 Mei 2011, Senin sampai Jumat dari pkl. 09.00-17.00 WIB.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communis*, yang berarti membuat kebersamaan antara dua orang atau lebih, akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart, 1983 dalam Vardiansyah, 2004: 3). Dalam hal ini, yang berbagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti: (1) untuk bertukar pikiran, perasaan dan informasi, (2) untuk membuat tahu, (3) untuk membuat sama, dan (4) untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik, sedangkan dalam kata benda (*noun*), *communication*, berarti: (1) pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; sistem simbol-simbol yang sama, (2) seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan, dan (3) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi. (Stuart, 1983 dalam Vardiansyah, 2004: 3)

Definisi komunikasi menurut Dani Vardiansyah komunikasi adalah usaha penyampaian pesan antar manusia dan terdapat tiga unsur utama, ketiga unsur tersebut adalah (1) usaha, (2) penyampaian pesan, (3) antar manusia (Vardiansyah, 2004:9).

Penulis sependapat dengan definisi yang diutarakan oleh Dani Vardiansyah sebab dalam komunikasi terdapat unsur *usaha* yang menggambarkan kesengajaan. Dalam berkomunikasi dengan komunikan tentunya kita memiliki motif komunikasi secara sengaja menyampaikan pesan kita ke komunikan. Komunikan di sini adalah manusia, sebab objek ilmu komunikasi adalah *komunikasi* itu sendiri, yaitu penyampaian pesan *antar manusia*.

Bernard Berelson dan Garry A. Stainer dalam bukunya *Human Behavior* (dalam Ruslan 2008:17), komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang atau kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaiannya biasanya dinamakan komunikasi (Ruslan, 2008:17).

Penulis setuju dengan definisi yang diutarakan oleh Bernard Berelson dan Garry A. Stainer sebab komunikasi terdiri dari dua jenis, komunikasi verbal dengan menggunakan bahasa atau kata-kata dan komunikasi non verbal yaitu dengan menggunakan lambang, warna, gambar, grafik, *body language* dan lain-lain.

Komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya (Cutlip, Center, Broom, 2009:225).

Penulis berpendapat yang sama mengenai definisi di atas sebab dengan kita berkomunikasi kita dapat melakukan pertukaran informasi atau memberikan perintah, tergantung dari motif komunikasi antar manusia yang dilakukan.

2.2. Definisi *Public Relations*/Humas

Beberapa pengertian mengenai *Public Relations* atau Humas menurut Fraser P. Seitel, *Senior Vice President and Director of Public Affairs the Chase Manhattan Bank*, dalam bukunya *The Practice of Public Relations* mengemukakan pada tahun 1975 Yayasan Pendidikan dan Penelitian PR, telah melibatkan 65 pimpinan PR turut serta dalam suatu penelitian yang menganalisis 472 definisi yang berminat dan merangkumnya menjadi 88 kata, yaitu

Public Relations is a distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, understanding, acceptance, and cooperation between an organization and its publics; involves the management of problems or issues; helps management to keep informed on and responsive to public opinion; defines emphasizes the responsibility of management to serve the public interest; helps management keep abreast of and effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends, and uses research and sound and ethical communication techniques as its principal tools.

Public Relations merupakan fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan saling menjaga lini komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi atau perusahaan, dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam menyampaikan informasi dan tanggap terhadap opini publik. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan (Seitel, 2004:8).

Penulis sependapat dengan pernyataan di atas dengan saling menjaga lini komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi atau perusahaan dapat menekan kemungkinan terjadinya konflik dengan publiknya.

Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations in Word Marketing* mengatakan bahwa PR adalah suatu sistem komunikasi untuk menciptakan kemauan baik (Ardianto dan Soemirat, 2002:13).

Menurut penulis PR tidak hanya menciptakan kemauan baik tetapi juga harus menciptakan sikap saling pengertian.

Edward L. Bernays dalam bukunya *Public Relations* menyebutkan bahwa PR mempunyai tiga arti: (1) Penerangan kepada publik. (2) Persuasi ditujukan kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik, (3) Upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga (Ardianto dan Soemirat, 2002:13).

Penulis setuju dengan pernyataan di atas, hasil dari tujuan perusahaan atau organisasi dapat diwujudkan dengan terus melakukan upaya-upaya meningkatkan kualitas lembaga.

2.3. Fungsi *Public Relations*/Humas

Beberapa fungsi PR menurut Fraser P. Seitel (2004:10) menulis, *media relations, planning, konseling, riset, publisitas, marketing communications, community relations, consumer relations, employee relations*, urusan pemerintahan,

hubungan *investor*, *public relations* khusus, urusan publik (*public affairs*) dan manajemen isu, pengembangan situs *web* dan menghubungkan *web* (*web interface*).

Penulis menyimpulkan seorang *public relations officer* harus memiliki kemampuan menulis untuk menulis *press and news releases*, berhubungan dengan media baik cetak maupun elektronik, merencanakan dan melaksanakan program yang sudah dibuat perusahaan, konseling yang melayani pertanyaan seputar perusahaan kepada publik, melakukan riset sebelum membuat program kerja, publisitas untuk lebih meningkatkan *image* perusahaan atau instansi, komunikasi pemasaran dengan target dan segmentasi pasar yang sudah dibuat, menghubungkan komunikasi antara *stakeholder* internal dan eksternal, serta melakukan pemantauan citra perusahaan melalui dunia maya dengan cara membuat *blog* atau *fan page* di media sosial yang sedang marak belakangan ini.

2.4. Pekerjaan dan Tugas *Public Relations*/Humas

Beberapa pekerjaan dan tugas PR dalam buku Cutlip, Center, Broom (2009:40) menulis dan mengedit, hubungan media dan penempatan media, riset, manajemen dan administrasi, konseling, acara *special*, pidato, produksi, *training*, kontak.

Public relations officer juga harus memiliki kemampuan menulis dan mengedit, manajemen humas dalam membuat rencana perusahaan, penghubung antara publik internal dan eksternal, berhubungan dengan media—baik media cetak

maupun media elektronik, melayani konseling antara publik internal dan eksternal, mengadakan *event* tertentu yang berhubungan dengan perusahaan misalnya *launching* produk baru atau memperkenalkan beberapa produk yang dimiliki oleh perusahaan atau instansi, pidato—membuat saluran komunikasi dengan menggunakan keahlian dan pengetahuan multimedia, termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak, dan *computer desktop publishing*; perekaman audio dan *video* dan *editing*; dan menyiapkan presentasi audiovisual. *Training* mengarahkan seseorang misalnya manajer atau pimpinan perusahaan dalam bertindak atau berkomunikasi. Kontak dalam hal ini seorang petugas humas bertugas sebagai penghubung (*liaison*) dengan media, komunitas, dan kelompok internal dan eksternal lainnya. Sebagai mediator antara organisasi dan *stakeholder* penting dengan bertugas untuk mendengarkan pandangan, menegosiasikan, mengelola konflik, dan menjalin kesepakatan.

2.5. Definisi *Event*

Event menurut Ruslan merancang acara tertentu atau lebih dikenal dengan peristiwa khusus yang dipilih dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu yang khusus sifatnya untuk mempengaruhi opini publik. Misalnya *event* menyambut Perayaan Pesta Emas HUT RI ke-50, yang semua kegiatan promosi atau publikasi dikaitkan dengan *event* tersebut (Ruslan, 2008:13).

Sedangkan *event* menurut Ardianto dan Soemirat peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan *public relations* yang penting dan memuaskan banyak orang

untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik. Seperti peresmian gedung, peringatan ulang tahun perusahaan, kegiatan ini biasanya mengundang pers untuk meliputnya (Ardianto dan Soemirat, 2002:129).

Event merupakan peristiwa yang terjadi, khususnya yang penting dan tidak biasa. (*Cambridge Learner's Dictionary*)

2.5.1. Jenis *Event*

Biasanya *event* tersebut ada beberapa jenis, di antaranya sebagai berikut.

1. *Calendar Event*

Calendar event yang rutin dilaksanakan pada bulan tertentu sepanjang tahun, seperti menyambut hari raya Idul Fitri, Natal, Tahun Baru, hari ulang tahun, dan sebagainya.

2. *Special Event*

Special event atau ajang acara yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada waktu tertentu di luar acara rutin dari program kerja PR, misalnya peluncuran produk baru (*product launching*), pembukaan kantor atau pabrik baru, jalan baru, gedung baru, dan sebagainya.

3. *Moment Event*

Moment event yaitu *event* atau acara yang bersifat momentum atau lebih khusus lagi, misalnya menyambut pesta perak, pesta emas, atau pesta berlian dan hingga menghadapi *millenium* (Ruslan, 2008:14).

2.5.2. Manfaat *Event*

Di bawah ini adalah manfaat *event* bagi perusahaan atau organisasi yang berperan serta dalam sebuah pameran menurut Lidia Evelina dalam bukunya *Event Organizer Pameran*, ada tiga alasan pokok yaitu:

- 1) Supaya orang mendapat informasi yang benar, mengenai produk dan jasa yang baru saja diluncurkan, yang sifatnya memperkenalkan kepada konsumen secara langsung.
- 2) Menunjukkan eksistensi, keberadaan dari produk atau jasa terus ada dan terjaga kontinuitasnya. Di samping itu, untuk memperlihatkan kekuatan perusahaan di mata perusahaan pesaingnya.
- 3) Menjaga *image* produk atau jasa. Dengan seringnya berpameran, masyarakat semakin paham *positioning* produk maupun jasa kita. Dengan *image* yang tertanam dan terus ditanamkan dalam benak masyarakat, produk atau jasa tersebut tidak mudah terlupakan, yang akhirnya tidak tergeser oleh para pesaingnya (Evelina, 2005:6).

2.5.3. Tahapan Perencanaan *Event*

Sebelum melaksanakan *event*, hendaknya memperhatikan **5 W + 1 H** dalam panduan pembuatan *event*:

- *Why* (alasan *event* dibuat)
- *Who* (Siapa saja yang akan dilibatkan dalam *event*)
- *When* (kapan *event* tersebut dilaksanakan)
- *Where* (lokasi *event* tersebut)
- *What* (apa yang disuguhkan *event* itu)
- *How* (Bagaimana mempromosikan dan melaksanakan *event* tersebut)

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011).

Menurut Lidia Evelina dalam bukunya *Event Organizer Pameran* (2005:16-24) dalam menyelenggarakan *event* diperlukan menyusun perencanaan yang matang, yaitu:

- 1) **Menentukan Tema**, tema sangat penting untuk menentukan langkah selanjutnya. Misalnya, pameran yang bertema pendidikan dengan subtema peran lembaga-lembaga komunikasi dalam menyambut hari pendidikan. Sebagai penyelenggara pendidikan kita menentukan bahwa pameran tersebut dilaksanakan dalam bulan Mei karena hari pendidikan jatuh pada tanggal 2 Mei dan mencari peserta pameran yang terkait dengan dunia pendidikan,

misalnya penerbit buku-buku sekolah, media massa, media elektronik, dan yang berkaitan dengan tema pendidikan tersebut.

- 2) **Melakukan Penelaahan**, sebelum *event* dilaksanakan, *event organizer* atau EO harus melakukan *survey* terlebih dahulu. Gunanya untuk menjajaki berbagai hal yang terkait dengan *event* sehingga tidak terjadi kesalahan dari segi waktu, lokasi, kesiapan, SDM, target peserta pameran, dan target pengunjung pameran yang diharapkan. Beberapa metode *survey* atau penelitian lapangan dapat melalui: (1) *Direct mail* yaitu dengan cara mengirimkan surat kepada target kita. (2) *Telesurvey* yaitu menghubungi calon peserta pameran melalui telepon nomor telepon calon peserta pameran didapat dari *database* perusahaan atau surat kabar, majalah, dan lain sebagainya. (3) *Personal Interview*, EO dapat menanyakan langsung tanggapan target peserta yang akan diajak untuk pameran apakah pameran yang akan kita buat itu tepat atau tidak untuk dilaksanakan, sekaligus kita juga menampung usulan-usulan dari mereka mengenai kemungkinan yang terbaik dari *event* pameran tersebut.

Hal yang perlu ditelaah sebelum mengadakan *event* antara lain:

- a) **Tempat (*venue*)**, berapa besar ruang pameran dapat menampung berapa peserta pameran dan pengunjung pameran. Umumnya lokasi pameran di auditorium gedung perkantoran besar atau di aula departemen. Beberapa gedung di Jakarta

berada di kawasan segitiga emas seperti: gedung di sepanjang Jalan Jenderal Gatot Subroto, Gedung Bidakara, Gedung Jamsostek, Patra, Gedung UKM, Kementerian Kesehatan. Gedung milik pemerintah seperti Gedung Darma Wanita, Kementerian Agama, BPPT, Kementerian Tenaga Kerja, Kementerian Koperasi, Kementerian Parpostel. Gedung di sepanjang Jalan Kuningan atau Jalan Rasuna Said yaitu Gedung Aribimo. Gedung di sepanjang Jalan Sudirman, yaitu Gedung Bapindo, *World Trade Center*, Gedung BII, Gedung Arthaloka, Gedung *Central Plaza*, Gedung *Landmark*, Wisma *Indocement*.

b) **Waktu pelaksanaan**, *event* juga merupakan faktor yang penting supaya *event* ini tidak bersamaan waktunya dengan *event* serupa di tempat lain. Kemudian waktu *event* yang akan kita adakan juga memperhatikan situasi dan kondisi calon pengunjung, misalnya *event* pameran buku sangat cocok pada saat liburan sekolah. Penentuan saat *event* akan memberikan kesempatan persiapan yang cukup. Waktu pameran mulai dari pukul 10.00-18.00, lama pelaksanaan *event* beragam, sebagai contoh: *event* diadakan di mal berlangsung 10 (sepuluh) hari hingga 2 (dua) minggu, bahkan sampai 1 (satu) bulan.

- c) **Fasilitas Pendukung**, seperti toilet, telepon umum, kantin, lapangan parkir, penerangan dan informasi, pos kesehatan, pos keamanan, *car call*, petugas kebersihan, dan sebagainya.
 - d) **Faktor Kebersihan dan Keamanan**, seperti tempat sampah, alat pemadam kebakaran, dan sebagainya.
 - e) **Analisis Anggaran Pameran**, bisnis di bidang *event* banyak mengandung resiko di antara perhitungan mengenai perkiraan pemasukan uang dari hasil *event* atau pengeluaran dari *event* tersebut tidak dapat ditebak dengan pasti karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya pengunjung sepi sehingga pelunasan biaya *stand* dari peserta pameran tidak dapat dipenuhi, mereka akan menuntut biaya sewa.
- 3) **Pemilihan atau Penentuan Kontraktor Pameran (*Booth Contractor*)**, kontraktor *event* berfungsi membangun *stand* pameran dengan kelengkapannya.
- 4) **Penetapan Jenis Pameran**, tugas dari penyelenggara *event* adalah mengidentifikasi apakah *event* itu bersifat umum atau hanya diperuntukkan bagi audiens tertentu. Penetapan jenis *event* ditujukan untuk mencapai target sasaran yang tepat, baik peserta maupun pengunjungnya.
- 5) **Menentukan Sumber Daya Manusia**, sumber daya manusia yang dimaksud adalah orang yang terlibat dalam kepanitiaian *event* dan mereka adalah sebuah

tim kerja yang benar-benar dapat diandalkan. Sebaiknya SDM dalam kepanitiaan *event* diambil dari orang yang sudah dikenal baik dan juga ikut mempertaruhkan prestasinya demi suksesnya pameran. Manajemen SDM harus memperhatikan 5 W + 1 H, yaitu bagaimana (*how*) kesiapan dari tim acara atau pembawa acara, siapa (*who*) yang bertanggung jawab terhadap pengaturan pembagian pengunjung yang akan hadir, publik atau tamu yang hadir apakah terdiri dari undangan, pejabat tinggi, eksekutif, organisasi, kelompok profesi, atau mahasiswa dari kampus tertentu atau masyarakat umum dapat hadir tanpa undangan tertentu, apakah mereka perlu dipandu sehingga mendapatkan penjelasan yang memuaskan. SDM pendukung yang mengawasi pelaksanaan lapangan selama *event* juga tidak kalah penting, dalam melayani bila terjadi keluhan dari peserta *event*.

- 6) **Menentukan Acara Pendukung**, pameran yang ada selama ini ada yang dikemas beserta sejumlah program acara dan ada juga yang tanpa acara sama sekali. Jadwal acara selama event diumumkan pada poster dan informasi di buku atau katalog pameran. Hal ini memudahkan pengunjung untuk mengikuti acara-acara yang akan disajikan.
- 7) **Menentukan Disain *Stand* dan Ukuran *Stand* serta Dekorasi di Arena Pameran**, luas *stand* sangat tergantung dari barang yang dipamerkan. Untuk pameran automotif dan perumahan akan menggunakan *stand* yang lebih luas, karena produk yang dipamerkan cukup besar, berbeda dengan pameran

kosmetik atau pameran buku, ukuran *stand* yang digunakan tidak terlalu luas, apalagi kalau pameran jasa yang mereka tawarkan hanya *service*, yaitu 2 meter x 2 meter. Untuk pameran skala besar, ukuran luas *stand* minimal 3 meter x 3 meter dan tinggi standar 2,44 meter-2,50 meter. Kemudian jarak *stand* atau lazim disebut *gang way* berkisar 3 meter.

- 8) **Technical Meeting**, diadakan untuk semua unsur yang terkait dalam *event*, yaitu seluruh perwakilan peserta *event*, prospek atau calon peserta *event*, perwakilan dari tempat penyelenggara atau pengelola gedung, para *supplier* pameran, kontraktor pameran, seluruh panitia petugas yang akan bertugas di *event* pameran, *supplier sound system*, perlengkapan elektronik, kontraktor partisi, teknisi listrik, petugas dekor, kontraktor panggung dan *backdrop* (bila ada). Para wartawan juga biasanya hadir dalam pertemuan ini.

2.5.4. Lokasi

- a) Pilihlah lokasi yang sesuai dengan kebutuhan acara, ketersediaan anggaran dan infrastruktur yang ada.
- b) Bandingkan beberapa lokasi sebelum menentukan pilihan (hotel, *public hall*, *function hall* di *business area/office building*, *convention center*, dsb.)
- c) Buatlah daftar periksa (*check list*) sesuai dengan kebutuhan acara dan periksalah pada saat kunjungan.

- d) Konfirmasikan segera apabila pilihan sudah final dan penuhi semua syarat administrasi secepatnya.

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011).

2.5.5. Syarat Pemilihan Lokasi *Event*

1. Strategis (mudah dijangkau), akses dan ketersediaan alat transportasi lokal.
2. Terjaga kebersihan dan kenyamanan.
3. Terjamin keamanan.
4. Tersedianya lahan parkir yang memadai.
5. Tersedia fasilitas lainnya seperti toilet, kantin, ATM, mesin otorisasi kartu kredit, *public telepon*, *press room*.

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011).

2.5.6. Tema dan Waktu

- a) Ikut *trend* atau menciptakan *trend* baru.
- b) Tema akan berpengaruh dalam memilih peserta dan menetapkan target pengunjung.
- c) Pemilihan tema akan berpengaruh terhadap sponsor/donatur yang akan berpartisipasi dalam sebuah *event*.

d) *Timing* harus tepat sesuai dengan tema.

e) Waktu persiapan cukup.

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011).

2.5.7. Berkaitan dengan Waktu

1. Tema sesuai dengan kalender *event*, misalnya agenda nasional seperti 17 agustus, hari raya keagamaan (Natal, lebaran), Tahun baru, *Valentine*, liburan sekolah (Juni–Juli), dsb.

2. *Weekdays* atau *weekend* disesuaikan dengan target audiens.

3. Status audiens (terkait Sosial ekonomi, profesi, *lifestyle*)

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011)

2.5.8. Acara

a) Susunlah dengan seksama dan terperinci—lengkapi dengan *technical run down* termasuk durasi tiap mata acara.

b) Perhatikan waktu ibadah, jam-jam berkendara lalu lintas (3-in-1 atau *peak hours*) dan sebagainya.

c) Pilihan pemandu acara (MC) maupun pengisi acara (*performer*, pembicara) yang tepat sesuai kebutuhan acara dan segmen.

- d) Siapkan agenda alternatif (*Plan “B”* untuk cadangan)

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011)

2.5.9. Stakeholders

- a) Media massa (koran, televisi, radio, majalah, tabloid, dll)
- b) Organisasi Profesi
- c) Perusahaan swasta
- d) Instansi pemerintahan yang terkait
- e) Organisasi kemasyarakatan yang ada
- f) Organisasi hobi: Komunitas pecinta vespa, *gamers*, *cosplay*, dll.
- g) Kalangan akademis
- h) *Advertising agencies* (agensi periklanan)
- i) Hotel, *travel*, *catering* dan sebagainya
- j) *Building/venue manager*
- k) Petugas Keamanan dan *engineering*
- l) *Event* kontraktor
- m) Sekolah dan Perguruan Tinggi
- n) Pengelola pusat perbelanjaan dan pusat keramaian lainnya

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011).

2.5.10. Dekorasi dan Perlengkapan

- a) Apakah partisi, panggung dan dekorasi diperlukan?
- b) Apa tema dekorasi yang akan dipergunakan?
- c) Dikerjakan sendiri, diserahkan ke EO atau ke dekorator?
- d) Membuatnya atau menyewa yang sudah ada?
- e) Dekorasi apa yang tersedia di lokasi?
- f) Apa perlu koordinasi dengan tata lampu, tata suara, penata pentas, pemandu acara dll?
- g) Perlengkapan lainnya seperti *standing AC*, *standing fan*, genset, tanaman hias dsb.

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011)

2.5.11. Evaluasi

- a) Dilihat dari keuangan, para partisipan, komplain, pujian, transaksi bisnis, komentar, dan permintaan.
- b) Target utama adalah tidak ada komplain dari pihak lain.
- c) Target kedua adalah balik modal setidaknya ada pemasukan yang sepadan dengan pengeluaran.

Penulis menyimpulkan dalam menggelar *event* harus memperhatikan beberapa hal mulai dari penetapan judul *event* bertajuk apa, kapan, dimana, bagaimana, memperhatikan susunan acara, mempersiapkan rencana cadangan jika ada hal yang tidak diinginkan terjadi, memperhatikan para *stakeholder* atau orang yang terlibat dalam *event* dari pihak dalam maupun pihak luar. Memperhatikan dekorasi sesuai atau tidak dengan tema *event*, tempat *event* akan digelar memadai atau tidak dan sebagainya. Hal terakhir yang dilakukan adalah dengan melakukan evaluasi setelah *event* digelar, apa saja kekurangan yang harus diperbaiki dan kelebihan apa yang bisa lebih ditingkatkan lagi. Serta keuntungan yang didapat sesuai atau tidak dengan yang diharapkan.

(Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011)

BAB III

GAMBARAN UMUM

3.1. Profil Singkat ILP

ILP (*International Language Programs*) merupakan salah satu lembaga kursus bahasa Inggris dan Mandarin yang berdiri sejak tahun 1977. ILP telah membawa angin segar bagi dunia pengajaran bahasa Inggris dan Mandarin dengan memperkenalkan metode pengajaran bahasa internasional. Cabang pertama ILP didirikan di Jalan Ciomas, Kebayoran Baru—Jakarta Selatan. Lembaga pendidikan bahasa Inggris inilah yang pertama kali menggunakan guru penutur asli (*native speaker*) untuk mendukung terbentuknya staf pengajar Indonesia yang berkualitas. Pada tahun 1979, ILP mendirikan Divisi *Teacher Training* sekaligus membuka outlet kedua di Jl. Juanda, Jakarta Pusat, dengan staf pengajar Indonesia.

Sejak saat itu jajaran manajemen, para guru dan staf ILP bekerja tanpa henti untuk meningkatkan dan mengembangkan program-program pengajaran bahasa Inggris untuk memenuhi kebutuhan seluruh bidang kehidupan masyarakat. Sampai saat ini sudah ratusan ribu siswa, perusahaan swasta—nasional dan multinasional serta lembaga-lembaga pemerintahan yang memperoleh manfaat dari program-program ILP yang berkualitas.

Tidak hanya itu ILP juga melakukan berbagai kegiatan pendidikan yang lain, seperti pendidikan bahasa Indonesia untuk orang asing, pendidikan bahasa Mandarin,

serta mengembangkan Divisi *Corporate Training* dan ILP *Eduport* untuk konsultasi studi di luar negeri.

Pada tahun 1998, ILP mengembangkan sistem waralaba sebagai strategi pengembangan usaha. Outlet waralaba pertama adalah ILP Depok, dan sampai saat ini ILP memiliki total 46 outlet di Jakarta, Jawa, Bali, dan Sumatra.

Bisnis utama ILP adalah memberikan pendidikan bahasa secara efektif, efisien, dan berkualitas melalui kurikulum, metode, teknologi, dan materi yang sesuai dengan zaman dan golongan usia. Selain itu, ILP juga memberikan penilaian-penilaian yang sesuai dengan standar internasional yang terus disempurnakan secara berkesinambungan.

ILP memiliki suatu budaya perusahaan yang secara konduktif membuat tenaga pengajar dan semua anggota karyawan menjadi termotivasi, bekerja sama secara kompetitif namun positif, dan secara berkesinambungan mengembangkan kemampuan dan profesionalismenya sesuai dengan perkembangan dunia dan keinginan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah segalanya di ILP, maka semua anggota ILP harus dapat memberikan pelayanan yang maksimal melalui penjelasan, *support*, dan pengarahan terhadap para pelanggan secara berkesinambungan.

ILP mempunyai kepemimpinan yang bertanggung jawab serta dapat memberikan pengarahan secara akurat, tegas, dan berkualitas, *support* yang jelas, berkesinambungan, dan *up-to-date* dari segala bagian ILP. Selain itu ILP juga

didukung oleh adanya sistem operasional yang bertahap, efektif, dan efisien yang berdampak langsung terhadap murid.

ILP mempunyai kepemimpinan dan manajemen yang bertujuan untuk bersama-sama membangun bangsa Indonesia ke taraf mancanegara.

ILP peduli sosial dan lingkungan sehingga ILP membangun citra yang positif dimata masyarakat.

3.2. Visi

ILP tetap konsisten untuk menjaga standar mutu seluruh program ILP, dengan menghadirkan ILP di setiap kota besar Indonesia, dan ke mancanegara.

Visi umum ILP untuk masa depan adalah untuk terus menawarkan program bahasa yang berkualitas tinggi dengan mendirikan *center-center* ILP dan menawarkan peluang waralaba ILP di setiap kota besar di Indonesia dan negara-negara lain di dunia.

Reputasi kami telah berkembang pesat selama bertahun-tahun didasarkan pada visi bisnis yang kuat.

Untuk Warga Asia:

Memberikan kualitas pendidikan yang lebih tinggi dalam bahasa untuk mendukung pengembangan masyarakat Asia.

Untuk Sistem Pendidikan:

Memberikan kontribusi dan berbagi pengetahuan serta pengalaman dalam pendidikan bahasa Inggris.

Untuk Karyawan ILP:

Memberikan kesempatan pada staf dan karyawan untuk mengembangkan diri dan berkarir bersama ILP.

Untuk ILP Yayasan Pendidikan:

Mengembangkan materi bahasa terbaik dengan belajar melalui penelitian dan pengembangan.

Unique Selling Points

Reputasi dan sukses ILP selama ini menunjukkan bahwa masyarakat melihat ILP sebagai *One Stop Learning Institution* yang menyediakan mereka:

- a) Staf pengajar terlatih dan profesional.
- b) Metode pengajaran paling mutakhir.
- c) Materi pelajaran yang komunikatif dan *student centered*.
- d) Materi pelajaran dengan silabus yang baku sesuai pengembangan untuk semua tingkat.
- e) Kelas dengan murid terbatas namun bersahabat dengan rata-rata 14 murid dan maksimum 18 murid.
- f) Fasilitas belajar yang lengkap, termasuk ruang kelas ber- AC, fasilitas audio visual, multimedia, kantin, dan ruang baca.

3.3. Prestasi dan Potensi**Perkembangan Outlet:**

Seiring dengan berkembangnya Indonesia, secara konsisten ILP tumbuh dan menambah cabang serta divisi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

1977—ILP Panglima Polim

1986—ILP K. S. Tubun

1993—ILP Pancoran

1995—ILP Ciputat

1996—ILP Kelapa Gading

1998—ILP Depok

1999—ILP Bintaro

2000—ILP Kalimalang

ILP Pluit

ILP Tanjung Duren

ILP Bogor

ILP Bandung

ILP Yogyakarta

2001—ILP Pondok Indah

ILP Serpong

ILP Pondok Gede

ILP Bekasi Barat

ILP Kertajaya

ILP Ngagel

2002—ILP Cikini

ILP Sunter

ILP Cinere

2003—ILP Ciledug

ILP Daan Mogot Baru

ILP Rawamangun

ILP Cijantung

ILP Villa Bukit Mas

ILP Malang

2004—ILP Cengkareng

ILP Puri

ILP Karawaci

ILP Harapan Indah

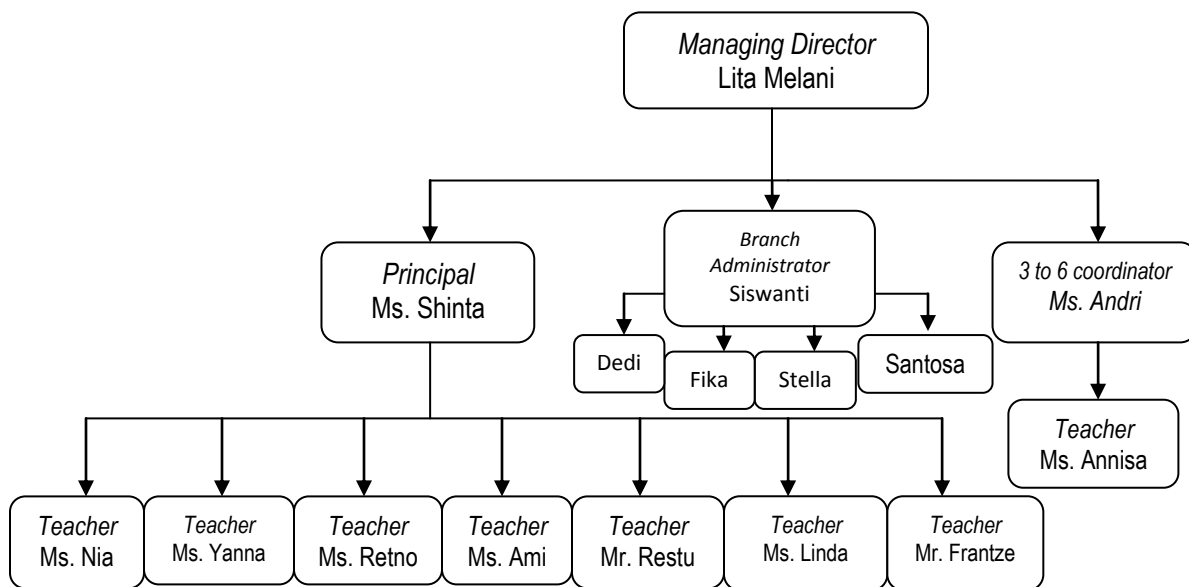
ILP Cibubur

ILP Semarang

ILP Medan

ILP merasa bangga akan hasil kerja kami selama lebih dari dua dekade. Di masa depan ILP akan lanjutkan dengan perluasan bisnis melalui pembukaan outlet di setiap kota besar Indonesia serta mewujudkan cita-cita untuk *Go International*.

3.4. Struktur Organisasi ILP Tanjung Duren



Gambar:

Struktur Organisasi ILP Tanjung Duren

Keterangan:

1. *Managing Director*: Pimpinan di outlet yang mengontrol dan mengevaluasi outlet.
2. *Principal*: Kepala sekolah yang mengatur akademik ILP, dan para staf pengajar.
3. *3 to 6 Coordinator*: Setingkat dengan kepala sekolah yang mengatur akademik program 3 to 6 (program *pre-school*).
4. *Branch Administrator*: Kepanjangan tangan dari *managing director* yang mengepalai *office boy*, *front liner*, infrastruktur, promosi, dan lain-lain.
5. *Teacher*: Guru yang mengajar bahasa Inggris.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. *Event Kartini Day—Loving Mother Nature* ILP Tanjung Duren

ILP selalu mengadakan *event* setiap bertepatan dengan hari besar seperti Natal, tahun baru, hari Kartini, *halloween*, dan sebagainya. Untuk itu, penulis dilibatkan dalam proses pelaksanaan *event* Kartini. Tugas penulis di sini adalah membuat *badge* peserta yang ikut lomba Kartini dan sebagai panitia peragaan busana.

Penyelenggaraan *event* ini pada pukul 10.00-12.00 hari Sabtu tanggal 16 April 2011. Kami memutuskan untuk mengadakan *event* pada hari Sabtu, agar kegiatan belajar mengajar tidak terganggu. Salah satu manfaat bagi internal *stakeholders* dari diadakannya *event* ini adalah untuk lebih mempererat hubungan antar karyawan ILP Tanjung Duren. Sebelum pelaksanaan *event* dilangsungkan, kami mengadakan rapat untuk membicarakan pembagian tugas dan panitia. Ketika tiba hari H nya panitia diharapkan memakai pakaian berwarna putih dan celana *jeans*.

Event Kartini bertajuk *Loving Mother Nature*, kami mengambil judul ini agar berhubungan dengan salah satu kegiatan yang sedang digalakkan ILP dalam kontribusinya mendukung gerakan *go green*. ILP membuat *souvenir* berupa *notebook* dengan kertas daur ulang. *Loving Mother Nature* itu sendiri memiliki arti “Mencintai Bumi Pertiwi”, dengan harapan agar kita sebagai generasi penerus bangsa dapat

meningkatkan rasa cinta tanah air dengan melakukan hal-hal positif, salah satunya adalah dengan mendukung kegiatan *go green*.

Lokasi dilaksanakannya *event* ini adalah di *outlet* ILP Tanjung Duren. Mengingat *event* ini termasuk ke dalam *event* yang berskala kecil, dengan peserta sebanyak 20 orang. Acara yang digelar merupakan acara yang masih berhubungan dengan bahasa Inggris.

4.2. Tujuan *Event Kartini Day—Loving Mother Nature* ILP Tanjung Duren

Adapun tujuan-tujuan *event* tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan *brand image* ILP.

Dalam hal ini ILP Tanjung Duren berusaha menunjukkan eksistensinya sebagai lembaga bahasa Inggris yang mampu menyaingi lembaga bahasa Inggris sejenis (di luar *native speaker*).

2. Sebagai salah satu bagian dari bauran PR.

Event sebagai salah satu bagian dari bauran PR (*Publication, Event, News, Community Involvement, Identify Media, Lobbying and Negotiation, Social Responsibility—PENCILS*). Merancang acara tertentu atau lebih dikenal dengan peristiwa khusus (*special events*) yang dipilih dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu yang sifatnya khusus untuk mempengaruhi opini publik (Ruslan, Rosady, 2008:13).

3. Memperkenalkan sosok Kartini sebagai tokoh emansipasi wanita.

Kartini dikenal sebagai tokoh yang memperjuangkan hak perempuan untuk dapat bersekolah dan mendapatkan pendidikan yang layak.

4. Menumbuhkan rasa cinta tanah air terhadap bangsa dan negara.

Kartini sebagai salah satu pahlawan nasional Indonesia yang perjuangan dan semangatnya dalam membangun bangsa dapat dijadikan contoh agar para generasi penerus bangsa dapat melanjutkan perjuangan para pahlawan.

5. Mengeratkan hubungan sesama karyawan—atasan dan bawahan.

4.3. Kegiatan *Event Kartini Day—Loving Mother Nature* ILP Tanjung Duren

Beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain:

1. Mengadakan rapat untuk menentukan judul *event*, warna pakaian panitia putih dan celana *jeans*, membagi *person in charge* (PIC), menentukan acara apa saja yang akan digelar. Waktu diadakan *event* tersebut (hari dan tanggal), berapa banyak dana, sumber dana (dalam hal ini para peserta dipungut Rp 50.000,-), tempat diadakannya *event*, dekorasi, *goody bag*, dan konsumsi, *souvenir*, *voucher* potongan biaya kursus bagi pemenang ke-1 mendapat potongan Rp 300.000,- pemenang ke-2 mendapatkan potongan Rp 200.000,- dan pemenang ke-3 mendapatkan potongan Rp 100.000,-.

2. Membuat surat undangan ke orang tua, menempel kertas pengumuman *event* di mading, *front desk*, dan pintu masuk ILP. Peserta terbuka untuk umum terutama usia 3 sampai 10 tahun. Mengkonfirmasi calon peserta yang ikut melalui telepon.
3. Mendekorasi ruangan yang akan dijadikan tempat *event*.

Setelah pembagian tugas selesai, penulis langsung mengerjakan apa yang menjadi tugas penulis yaitu membuat *badge* para peserta. Lalu mengkonfirmasi berapa banyak peserta yang ikut dan siapa saja nama pesertanya. Bersama dengan karyawan dan staf ILP Tanjung Duren lainnya kami saling membantu, dan melengkapi apa saja yang masih kurang. Agar *event* ini dapat berjalan lancar, kami saling berkoordinasi hal apa saja yang masih harus dilengkapi dalam menyelenggarakan *event*. Adapun jika dilihat dari proses kerja PR:

4.4. Perencanaan

PIC yang bertugas menulis surat undangan dan pengumuman kemudian memasang di mading, *front desk*, dan pintu masuk ILP. Selain itu, kami juga melakukan konfirmasi melalui telepon, apakah peserta jadi ikut atau tidak. Membuat surat undangan kepada Bapak Mario Pangestu selaku *Franchise* dan *Marketing Director*. Berhubung ini merupakan *event* dengan skala kecil, maka kami tidak meminta sponsor untuk ikut berpartisipasi. PIC dokumentasi juga telah mempersiapkan alat yang akan digunakan untuk mengabadikan *event* tersebut. Begitu pula dengan PIC yang menangani makan siang, *goody bag*, *souvenir*, dll.

4.5. Pelaksanaan

Pada hari diselenggarakannya *event* yaitu Sabtu, 16 April 2001 semua PIC datang pukul 07.00 tepat untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Pendekorasian ruangan dilakukan satu hari sebelum *event* dilangsungkan. Penulis bertugas memberikan *badge* kepada para peserta sesuai dengan namanya dan mempersilakan peserta untuk masuk ke ruangan. PIC yang bertugas, mengecek berbagai *souvenir* dan hadiah yang akan diberikan kepada para pemenang nantinya serta menghitung *goody bag*. Konsumsi untuk makan siang datang setelah pukul 11.00. Untuk menu makan siang tersebut, kami memesan paket hemat Hoka-hoka Bento.

4.5.1. Mekanisme *Event Kartini Day—Loving Mother Nature* ILP Tanjung Duren

- a) Membuat pengumuman diadakannya *event* yang di tempel di pintu depan, *front desk*, dan mading.
- b) Mengajak para siswa usia 3 sampai 10 tahun yang kursus untuk ikut serta memeriahkan *event*. Dengan cara mempublikasikan melalui selebaran dan pemberitahuan dari *front desk*, juga dengan telepon.
- c) Bagi peserta yang berminat dipungut biaya Rp 50.000,- per anak. Biaya yang dipungut ini adalah untuk hadiah berupa *goody bag* dan makan siang berupa menu hemat Hoka-hoka Bento.
- d) Setiap peserta diwajibkan memakai *badge* yang sudah dibuat oleh panitia.

4.5.2. *Rundown Event Kartini Day—Loving Mother Nature ILP Tanjung Duren*

Pkl. 10.00-10.30: *Story Telling*, cerita tentang *Mr. Crab* yang menggunakan capitnya untuk berbuat nakal dengan mencapit semua hewan yang ditemuinya. Adapun pesan dari cerita ini adalah jangan berbuat iseng atau nakal kepada orang lain.

Gambar 4.1. *Story Telling*



Sumber: Penulis

Pkl. 10.30-11.00: *Singing*, lomba menyanyi dalam bahasa Inggris, lagu yang dibawakan bebas.

Gambar 4.2. *Singing*

Sumber: Penulis

Pkl. 11.00-11.30: *Fashion show*, memperagakan busana daerah yang dipakai oleh para peserta.

Gambar 4.3. *Fashion Show*

Gambar 4.4. Penulis Memeragakan Gerakan *Fashion Show*



Sumber: Penulis

Pkl. 11.30-12.00: *Making photo frame*, membuat *photo frame* dari batang korek api yang disusun *zig-zag* lalu direkatkan dengan lem, dan menempelkan foto.

Gambar 4.5. *Making Photo Frame*



Gambar 4.6. Panitia dan *Managing Director* ILP Tanjung Duren



Sumber: Penulis

Gambar 4.7. Panitia dan *Managing Director* ILP Tanjung Duren



Sumber: Penulis

4.5.3. Biaya Operasional

Sumber dana yang didapat dari pungutan para peserta lomba saja yaitu sebesar Rp 50.000,- per anak. Jumlah peserta sebanyak 20 orang, jadi dana yang terkumpul sebesar Rp 1.000.000,-

4.6. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan setelah semua acara berlangsung. Di sini penulis melihat adanya kekurangan dalam hal ketepatan waktu. *Event* yang harusnya dimulai pada pukul 10.00 menjadi pukul 11.00 hal ini disebabkan oleh peserta yang datang terlambat. *Event* yang akan datang kemungkinan akan dilangsungkan agak siang agar para peserta dapat hadir tepat waktu. Hal yang sama juga terjadi pada berakhirnya *event*. Berakhirnya *event* yang seharusnya pukul 12.00 menjadi pukul 13.45 setelah pembagian hadiah dan *goody bag* serta *souvenir* dilanjutkan dengan pembagian makan siang kepada para peserta. Pada saat pemenang diumumkan, ada peserta yang sudah pulang atau sedang keluar, sehingga panitia harus menunggu dan kalau memang pemenang sudah dipanggil namanya tidak ada, maka dilanjutkan dengan pemenang yang lain. Hal tersebut yang membuat waktu tersita, sehingga berakhirnya *event* tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal lain yang masih harus diperhatikan menurut penulis adalah tempat, jumlah peserta walaupun hanya 20 orang namun ditambah dengan kedua orang tua peserta yang ikut memeriahkan acara dengan cara mengabadikan gambar anaknya dengan video, membuat ruangan sangat terbatas.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Dari pemaparan yang telah penulis jelaskan, penulis mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Pelaksanaan *event Kartini Day—Loving Mother Nature* ILP Tanjung Duren telah berhasil mempererat hubungan antar sesama karyawan dan staf. Sebab kami dituntut untuk saling membantu dan melengkapi hal-hal yang masih kurang.
2. Hubungan antara *managing director* dengan kepala sekolah dan para guru juga semakin dekat. Hal ini terbukti dari campur tangan *managing director* akan terselenggaranya *event* tersebut. Beliau memantau terus setiap saat melalui telepon. Beliau juga ikut membantu dalam persiapan konsumsi dan *goody bag*.
3. Para peserta lomba juga merasa terhibur dengan *event* yang sudah digelar. Seiring dengan para peserta yang puas dan membujuk orang tua mereka untuk mengkursuskan anaknya di ILP Tanjung Duren.
4. Hal yang paling penting dan utama adalah kami berhasil membina hubungan baik dengan para peserta kursus sekaligus dengan orang tua mereka. Sehingga mereka memiliki persepsi bahwa ILP Tanjung Duren layak bagi anak mereka

menimba ilmu bahasa Inggris. Tidak hanya itu, kebanyakan murid ILP Tanjung Duren didapatkan dari usaha *word of mouth*. Biasanya didapati adik atau sepupu atau kakak yang kursus di ILP Tanjung Duren.

5.2. Saran

Pada tahap evaluasi sebelumnya penulis telah memaparkan kekurangan apa saja yang sudah penulis jelaskan, untuk itu penulis menyarankan agar:

1. Hendaknya pelaksanaan *event* digelar agak siang misalnya pukul 11.00. Agar para peserta bisa datang tepat waktu, sehingga waktu yang sudah ditargetkan untuk memulai *event* tidak meleset.
2. Tempat yang digunakan terlalu sempit, mungkin *event* berikutnya bisa diadakan di tempat yang lebih luas.
3. Libatkan sponsor untuk mendukung *event* agar biaya atau hal-hal yang berhubungan dengan *event* dapat ditekan seminimal mungkin dan juga *event* terlihat lebih berbobot.
4. Libatkan juga wartawan untuk meliput *event*, agar dapat dipublikasikan ke khalayak. Agar nama ILP Tanjung Duren lebih dikenal lagi.
5. Gunakan situs jejaring sosial seperti *Facebook* untuk mempromosikan program-program dan *event* yang akan dilangsungkan oleh ILP.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh, 2002, *Dasar-dasar Public Relations*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Cutlip, Center, Broom, 2009, *Effective Public Relations*, Penerjemah Tri Wibowo, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.

Evelina, Lidia, 2005, *Event Organizer Pameran*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Hariwijaya, M., dan Djaelani, Bisri M., 2004, *Teknis Menulis Skripsi dan Thesis*, Hanggar Kreator, Yogyakarta.

Ruslan, Rosady, 2008, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Seitel, Fraser P., 2004, *The Practice of Public Relations—ninth edition*, Pearson—Prentice Hall, USA.

Vardiansyah, Dani, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Sumber lain:

Cambridge Learner's Dictionary software

Modul Bu Lidia Evelina, mata kuliah Teknik Kegiatan PR dan *Event Organizer*, semester ganjil 2010/2011.

LAMPIRAN

Kartini day—“Loving Mother Nature”

Saturday, 16th April , 2011

At 10.00-12.00 a.m.

<i>Number</i>	<i>Activities</i>	<i>Person In Charge</i>
1.	<i>Making Photo Frame</i>	Yanna and Retno
2.	<i>Story Telling</i>	Andri
3.	<i>Singing</i>	Nia
4.	<i>Fashion Show</i>	Annisa
5.	<i>Goody Bag and Souvenir</i>	Siswanti
6.	<i>Lunch</i>	Siswanti and Shinta
7.	<i>Sponsor</i>	Shinta and Santosa
8.	<i>MC</i>	Nia
9.	<i>Stage and Decoration</i>	Shinta, Yanna, Nia
10.	<i>Invitation</i>	Shinta
11.	<i>Registration</i>	Siswanti
12.	<i>Badge for Participants</i>	Annisa
13.	<i>Jury</i>	Shinta, Andri
14.	<i>Documentation</i>	Retno

Pengumuman

Dalam rangka memperingati Hari Kartini 2011, ILP Tanjung Duren menyelenggarakan Lomba :

- **Menyanyi**
- *Fashion Show*

Yang diadakan pada:

- Tanggal : 16 April 2011
- Tempat : ILP Tanjung Duren
- Waktu : Pkl. 10.00–12.00
- Biaya Pendaftaran : Rp 50.000,-

Syarat dan ketentuan :

- Usia 3–10 tahun (Umum)

Dapatkan Hadiah *Voucher* potongan biaya kursus dan Souvenir menarik lainnya..

Pendaftaran paling lambat **8 April 2011**.

Manajemen ILP Tanjung Duren

Jakarta, 30 Maret 2011

Kepada yth,
Orangtua siswa
Di tempat

Dengan hormat,

Untuk menyambut hari Kartini, ILP akan mengadakan *event* “Kartini Day—Loving Mother Nature”, pada hari Sabtu, 16 April 2011 pukul 10.00–12.00 bertempat di ILP Tanjung Duren, dengan kegiatan :

1. Lomba menyanyi
2. Lomba *fashion show*
3. Membuat pigura foto
4. *Story Telling*

Pemenang lomba menyanyi dan *fashion show* mendapat hadiah :

Juara I : *Voucher* potongan biaya kursus Rp 300.000,- + *Souvenir*
Juara II : *Voucher* potongan biaya kursus Rp 200.000,- + *Souvenir*
Juara III : *Voucher* potongan biaya kursus Rp 100.000,- + *Souvenir*

Setiap peserta akan mendapatkan *lunch, goody bag & souvenir*.

Untuk mendukung kegiatan tersebut peserta dikenakan biaya Rp 50.000,- yang diserahkan paling lambat Rabu 13 April 2011.

Besar harapan kami agar bapak ibu berpartisipasi mengikut sertakan putra/putrinya pada *event* ini.

Atas perhatian dan kerja-samanya kami ucapkan banyak terima kasih.

ILP Tanjung Duren *Form Registration*

Nama : _____

Level : _____

Biaya pendaftaran Rp 50.000,-

NAME OF THE PARTICIPANTS

1. REGINA
2. CALLISTA SERENA
3. NATASYA BUDIONO
4. ASHLEY
5. WILLIAM
6. PUTRA
7. RAFAEL
8. RACHEL
9. ANATHAYA
10. SAFFANA
11. JESSICA PATRICIA
12. KATHLEEN
13. DARREN
14. KARINA MICHAEL
15. MARIA YOSEPHINE
16. MARIA VERNANDA
17. JOSES
18. FRANSISKUS
19. JOHANES
20. JADEN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Annisa Fitriani
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 16 Mei 1987
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Duri Kencana Timur No. 22 RT004/007 Kel. Duri Kepa,
Kec. Kebon Jeruk, Jakarta 11510
Nama Ayah : Imam Subekti
Nama Ibu : Tuti Kestiati
Alamat *E-Mail* : inuyasha_drew@yahoo.co.id

Riwayat Pendidikan:

- 1) Universitas Indonesia, Depok D3 Mandarin tahun 2006-2009
- 2) SMA N 57 Kedoya, Jakarta Barat tahun 2002-2005
- 3) SMP N 89 Jakarta Barat tahun 1999-2002
- 4) SDN Tanjung Duren Utara 06 Pagi, Jakarta Barat tahun 1993-1999

Riwayat Pekerjaan:

- 1) *English Teacher* at ILP Tanjung Duren 2010-sekarang