

LAPORAN KULIAH KERJA MEDIA 2012  
PROSES KERJA DIVISI EVENT ORGANIZER DI CV. DINI  
MEDIAPRO YOGYAKARTA



PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2012

*commit to user*

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Tugas Akhir Berjudul :

### **PROSES KERJA DIVISI EVENT ORGANIZER DI CV. DINI MEDIAPRO YOGYAKARTA**

Karya :

**Nama : Gagang Cahya Affandi**

**NIM : D1309045**

**Konsentrasi : Periklanan**

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program

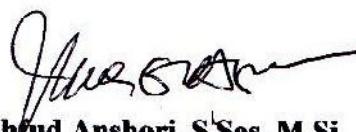
DIII Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

**Surakarta, Juni 2012**

**Menyetujui**

**Dosen Pembimbing**



**Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si**  
**NIP. 19790908 200312 1 001**

*commit to user*

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program D III Komunikasi Terapan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta

Hari : \_\_\_\_\_

Tanggal : \_\_\_\_\_

Panitia Ujian Tugas Akhir :

1. Dra. Prahastiwi Utari, MSi, Ph.D (  )  
NIP. 19600813 198702 2 001
2. Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si (  )  
NIP. 19790908 200312 1 001

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta



*commit to user*

## MOTTO

*“Jadilah orang biasa yang berfikir luar biasa dengan cara yang tidak biasa”*

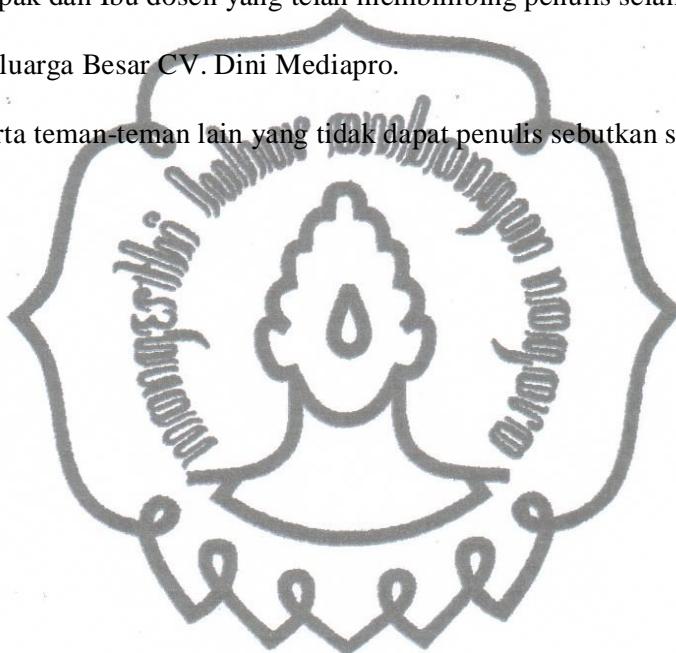
*“Membuat pekerjaan lebih baik dari pada mencari pekerjaan”*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan tugas akhir penulis persembahkan kepada :

1. Ayah , Ibu dan Adik yang penulis sayangi dan cintai sepenuhnya.
2. Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing penulis selama kuliah.
3. Keluarga Besar CV. Dini Mediapro.
4. Serta teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.



*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa penulis ucapkan, atas berkat dan rahmat-Nya yang telah melimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan tugas akhir Kuliah Kerja Media (KKM) di CV. Dini Mediapro dengan judul **PROSES KERJA DIVISI EVENT ORGAIZER DI CV. DINI MEDIAPRO** dengan baik dan lancar.

Laporan tugas akhir ini disusun guna melengkapi laporan tugas untuk memenuhi salah satu syarat mengikuti ujian tugas akhir dan wisuda di Universitas Sebelas Maret tahun 2011/2012.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari hambatan dan rintangan. Namun berkat bimbingan, doa dan dorongan dari semua pihak, sehingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan. Meskipun masih banyak kesalahan dan kekurangan baik susunan bahasa, kalimat maupun cara penyajiannya dengan pemecahan yang mungkin kurang jelas dari apa yang penulis paparkan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas karunia dan berkahNYA yang tak terhingga.
2. Bapak Prof. Drs. Pawito, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan ijin untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM).

2. Bapak Drs. Aryanto Budhy S, M.Si selaku Ketua Prodi Diploma 3 Komunikasi Terapan Fisip UNS yang telah memberikan dukungan sepenuhnya dan dorongan dalam melaksanakan kegiatan ini.
3. Bapak Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang berkenan meluangkan waktu dan sabar memberikan serta memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan laporan praktek Kuliah Kerja Media (KKM).
4. Bapak Drs. Kandyawan selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan pengarahan, nasehat, dan dorongan dalam pembuatan laporan praktek Kuliah Kerja Media (KKM).
5. Semua staff dan karyawan Prodi Diploma III Komunikasi Terapan Fisip UNS.
6. CV. Dini Mediapro tempat dimana penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media dan menambah ilmu tentang periklanan.
7. Keluarga tercinta yang selalu memotivasi saya dari awal sampai selesaiya laporan ini.
8. Teman-teman Diploma III Periklanan angkatan 2009
9. Bapak Drs. Taufik Ridwan, direktur sekaligus pemilik CV. Dini Mediapro yang telah memberikan penulis kesempatan untuk magang.
10. Teman-teman bermain selama di Yogyakarta ( Upin, Mbak Yessua, Riki, Mbak Ari, Mbak Yuan, Mbak Lia, Mbak Dinda, Mas Febri, Mas Arga, Mas Awenk, Mbak Titin, Mbak Nita, Mbak Nisa)
11. Terima kasih semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu terselesaikannya laporan ini.

*commit to user*

Pada akhirnya penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat, meskipun penulis sadar bahwa laporan tugas akhir ini jauh dari sempurna. Dan untuk itu penulis akan menerima dengan senang hati segala bentuk saran, kritik, ataupun sanjungan yang akan diberikan oleh siapapun untuk kebaikan dan kesempurnaan tugas akhir ini.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Surakarta, 2012

Penulis

**DAFTAR ISI**

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Media (KKM).....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Tentang Event Organizer.....	6
B. Proses Mengadakan Event.....	9
C. Sponsor Media Event.....	13
D. Evenktivitas Event.....	15
E. Mitra Kerja Event Organizer.....	16
BAB III Diskripsi Instansi.....	17
A. Sejarah Perusahaan.....	17
B. Perkembangan CV. Dini Mediapro.....	20
C. Bidang Usaha.....	23
D. Filosofi Logo Perusahaan.....	24
E. Visi Dan Misi Perusahaan.....	25

*commit to user*

F. Struktur Lembaga Perusahaan.....	26
G. Deskripsi Per Departemen Perusahaan.....	27
H. Suasana Kerja Perusahaan.....	31
I. Daftar Klien CV.Dini Mediapro.....	32
BAB IV Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	36
A. Materi Kuliah Kerja Media.....	36
B. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	36
C. Proses Perancangan Event Di CV. Dini Media Pro.....	43
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	49
.DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	52

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Dunia periklanan saat ini berkembang begitu pesat. Banyak dari instansi-instansi perusahaan dan pemerintah sangat membutuhkan jasa periklanan untuk kebutuhan promosi, terutama di kota-kota besar seperti Yogyakarta ini. Hal ini membuat persaingan di kalangan industry periklanan yang semakin ketat, para pelaku bisnis ini dituntut diadu dengan meningkatkan kreatifitasnya. Sebab, meski sekarang ini nilai iklan yang diperebutkan semakin besar, tetapi jumlah pemain juga bertambah khususnya di wilayah Yogyakarta sendiri. Dalam menghadapi persaingan, biro iklan harus bisa meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) nya agar lebih kreatif, tidak hanya statis dalam merespon perkembangan yang ada. Jantungnya perusahaan periklanan adalah kreatifitas, akan tetapi ada faktor-faktor penting lain yang penting dalam mengembangkan suatu perusahaan periklanan, salah satunya adalah strategi promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk atau jasa, jika konsumen belum pernah mendengarnya, maka mereka tidak akan pernah mau membelinya. Oleh karena itu, setiap perusahaan periklanan tidak hanya dituntut untuk selalu menciptakan ide-ide baru yang kreatif, tetapi juga perlu strategi promosi yang baik dalam persaingan untuk mendapatkan klien. Industri periklanan merupakan lahan bisnis yang menjanjikan. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya perusahaan-

*commit to user*

perusahaan periklanan yang muncul. Perkembangan media khususnya media cetak dan media elektronik yang begitu pesat saat ini, menjadi pasar potensial yang bisa di garap bagi para pelaku bisnis periklanan.

CV. Dini Mediapro merupakan perusahaan periklanan yang ada di Yogyakarta. Berawal dari kegelisahan seorang Taufik Ridwan yang telah lama mengabdikan diri sebagai seorang guru honorer selama 10 tahun di SMP Muhammadiyah 7 Yogyakarta dan SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta, serta latar belakang profesi sebagai wartawan di sebuah harian lokal Yogyakarta turut memperkuat keinginannya untuk bisa bangkit dari keterpurukan menyambut tantangan dunia periklanan, ditambah lagi dengan dimilikinya “modal hidup” berupa SDM dari murid-muridnya selama mengajar. Menurut beliau, menjadi guru atau berbisnis periklanan memiliki tujuan sama, yaitu untuk mempengaruhi masyarakat. Namun, bisnis periklanan lebih menjanjikan dari segi *finance*. Klien-klien besar yang pernah ditangani oleh Dini Advertising antara lain: UAD, STBA LIA, PKS, PAN, UGM, UMY, UII, PKU Muhammadiyah Yogyakarta, Margaria Group, Karita Group, dan lain-lain.

Sejumlah penghargaanpun sudah di raih CV. Dini Mediapro, seperti seperti Pinasthika Widyawara pada tahun 2003, KR Award tahun 2004 dan 2005 serta Pinasthika Adfestival pada tahun 2004, 2005 dan 2006. Pada penghargaan Pinasthika Ad Festival 2005, kompetisi semakin luas dengan pesaing dari luar daerah, bahkan nasional, terkecuali DKI Jakarta, CV. Dini Media Pro masuk finalis untuk kategori iklan kolom, iklan TV produk komersial, iklan display PSA, dan media luar ruang baliho. CV. Dini Media Pro patut bangga karena dua iklan

*commit to user*

TV berhasil masuk sebagai finalis mewakili Yogyakarta. Sebuah prestasi yang cukup membanggakan karena iklan tersebut dibuat dengan *low budget* namun dapat mendapatkan efek *shock therapy* bagi biro-biro iklan yang lebih besar di Yogyakarta.

Dalam bidang usahanya yang lain, Dini Media Pro mencoba merambah di bidang *Event Organizer (EO)*. Bidang ini dapat terealisasi berkat niat dan keberanian dalam menjalin *network* dalam usahanya untuk mencapai keinginan untuk menghadirkan event yang tidak konvensional. Dalam perkembangannya, bidang EO tersebut mampu menghasilkan nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan. *Event organizer*, EO atau Event Planner saat ini sudah menjadi kebutuhan yang tidak terpisahkan dalam aktifitas promosi yang terintegrasi. Suatu produk atau jasa yang dipromosikan melalui berbagai media elektronik cetak maupun internet juga harus didukung oleh suatu acara (event) yang dirancang secara kreatif dan dijalankan (*organized*) secara efektif untuk mencapai target secara langsung/ secara fisik. *Event Organizer* ( disingkat E.O) tidak hanya bekerja dalam bidang- bidang promosi. *Event Organizer* juga merancang dan mengatur suatu acara yang berhubungan dengan pembinaan SDM, kekerabatan dan aktifitas aktifitas social: misalnya training atau pelatihan,reuni, pernikahan, pagelaran musik, pesta atau acara komunitas , seminar konferensi pers dan kegiatan lainnya.

Fungsi *Event Organizer* dalam mekanismenya adalah sebuah penyelenggaraan event – event yang mengkoordinasi, melayani, dan mendukung kepentingan para pihak, sehingga bagi sebagian orang mengelola suatu kegiatan *commit to user*

merupakan bagian penting bagi sebuah perusahaan, dan menuntut terlaksananya event secara sempurna. Tidak jarang kegagalan dalam penyelenggaraan kegiatan berdampak pada kepercayaan atau reputasi perusahaan, karena pada saat tersebut profesionalisme *Event Organizer* langsung dapet dinilai oleh masyarakat. Mengantisipasi kebutuhan tersebut, *Event Organizer* dalam mengelola suatu acara yang akan dilaksanakan, harus dibantu oleh tenaga yang telah berpengalaman. Untuk member nilai lebih bagi customer, ada beberapa kemampuan yang harus dikuasai. Dengan makin luasnya ruang lingkup dan kompleksitas pekerjaan yang ditangani maka kemampuan yang dibutuhkan juga semakin berkembang, misalnya networking, lobbying, negosiasi, presentasi, leadership, dll. *Event Organizer* semakin popular seiring terjadinya pergeseran trend pemasaran ke arah community marketing. Sehingga perusahaan membutuhkan event sebagai media interaksi langsung dengan komunitasnya. Dalam sebuah event, produk dapat dieksplorasi lebih detail dari kulit hingga bijinya dan dapat dirasakan langsung oleh konsumennya. Dengan kepiawaian orang- orang EO, sebuah acara yang biasa- biasa saja, diolah menjadi tontonan yang menyenangkan dan menghibur.

## B. Tujuan Kuliah Kerja Media

Dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Media ini, penulis memilih bagian Event Organizer sebagai fokus dari kegiatan KKM karena penulis tertarik pada kegiatan di *Event organizer*. Tujuan KKM yaitu untuk menerapkan ilmu yang sudah di berikan di perkuliahan dan menambah ilmu yang belum di dapat dalam bangku perkuliahan yang terjadi di dunia kerja yang sesungguhnya. KKM juga merupakan

*commit to user*

salah satu syarat yang wajib ditempuh agar mahasiswa dapat lulus dan mendapatkan gelar Profesional Ahli Madya (A.Md) bidang Komunikasi Terapan.

Adapun tujuan khusus pelaksanaan Kuliah Kerja Media di CV. Dini Mediapro adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kinerja dan peranan dalam pembuatan suatu event.
2. Mendapatkan pelajaran langsung tentang dunia advertising , khususnya di divisi Event organizer.
3. Untuk mengetahui proses pengelolaan dan pelaksanaan hingga eksekusi dalam mengelola event.
4. Sebagai syarat untuk lulus dan mendapatkan gelar Profesional Ahli Madya (A.Md) biadng Komunikasi Terapan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tentang Event Organizer ( EO)

*Event Organizer* adalah suatu kelompok usaha dalam bidang jasa yang ditunjuk secara resmi oleh client untuk mengorganisasikan rangkaian acara, dimulai dari proses pembuatan konsep, perencanaan, persiapan, eksekusi hingga rangkaian acara selesai dalam rangka membantu client mewujudkan tujuan yang diharapkan melalui rangkaian acara yang diadakan. Bersamaan dengan maraknya Event Organizer ( EO) di berbagai daerah, secara alamiah terjadi segmentasi EO. Ada EO yang memberikan jasa vendor kepada suatu perusahaan, ada yang mengkhususkan diri pada acara anak-anak, ada yang menjadi spesialis dalam acara pernikahan atau kegiatan korporasi. EO juga sebagai brand activation. Maksudnya, biro jasa EO ini terjun langsung bagaimana caranya untuk mempermudah audiens mengenal secara langsung dan membeli produk atau jasa secara langsung sehingga khalayak mampu mengenal suatu brand. Tapi nyatanya banyak yang hanya ikut-ikutan karena usaha tersebut pada saat ini memberikan keuntungan yang besar (Hahn,1999;219)

Biro jasa event organizer merupakan bagian dari bidang periklanan. Iklan adalah suatu metode atau cara memikat perhatian publik atas suatu barang atau jasa tanpa penjualan secara langsung. Tegasnya melalui media iklan, publik ditarik perhatiannya, dipengaruhi atau dibujuk agar mau membeli barang-barang atau jasa serta mau menerima ide-ide yang dibawakan atau dianjurkan oleh iklan tersebut (Nuryanto, 1997;7)

*commit to user*

EO yang mendatangkan hasil bagi orang yang membutuhkan pengelolaan acara. Bisa mendatangkan keuntungan atau setidaknya menciptakan citra yang baik. Pada prinsipnya EO berfungsi mempermudah konsumen mewujudkan acara sesuai ide atau kebutuhannya. *Event Organizer* pada dasarnya memiliki hubungan yang sangat erat baik dengan perusahaan produsen maupun dengan media. Sebuah produsen pasti membutuhkan *Event Organizer* untuk memasarkan produknya melalui penyelenggaraan suatu acara atau *Event*, sama halnya dengan *Event Organizer* pasti membutuhkan media sebagai sarana kampanye produk yang telah dibuatnya.

Pada umumnya *Event Organizer* hampir tidak ada bedanya dengan biro jasa periklanan untuk itu *Event Organizer* juga menggunakan sebuah konsep pemasaran dalam membuat promosi, yaitu sebagai berikut :

### **1. *What ( produk apa yang ditawarkan )***

Dalam membuat promosi, sebuah biro *Event Organizer* harus menentukan apa keunggulan produk yang akan ditawarkan.

### **2. *Who ( sasaran promosi )***

Selain menentukan apa yang di iklankan, perusahaan tersebut harus menentukan sasaran promosi, apakah itu anak-anak, remaja ataukah dewasa

### **3. *Where ( pemilihan media )***

*commit to user*

Setelah menentukan kedua hal tersebut, perusahaan harus menentukan tempat dan media yang tepat untuk promosi yang dibuatnya.

#### 4. *When ( penjadwalan )*

Hal ini menyangkut waktu yang akan digunakan untuk memasarkan produk.

#### 5. *How ( strategi promosi )*

Bagaimana cara membujuk atau mempengaruhi konsumen agar tertarik membeli produk yang dipromosikan tersebut.

#### 6. *How much ( anggaran biaya )*

Berapa banyak biaya yang dibutuhkan dalam kegiatan kampanye produk tersebut. (Khasali, 1995 : 13)

Sebenarnya *Event organizer* lebih banyak menggunakan konsep pemasaran poin 5 pada konsep pemasaran menurut Khasali yang tersebut diatas yaitu *How* (strategi promosi). EO lebih condong ke strategi promosi dikarenakan dalam sebuah EO lebih memikirkan bagaimana caranya produk dari klien lebih cepat dikenal dan dijual langsung kepada khalayak tanpa ada keraguan dari khalayak. Maka konsep ini merupakan konsep inti dari biro jasa *Event organizer*. *Event organizer* tidak saja hanya lembaga, melainkan sebuah aktivitas perancangan, pengkoordinasian, pengarahan dan kontrol kegiatan untuk mencapai keinginan individu atau organisasi.

Di event organizer, yang paling penting adalah ide, dan cara menyampaikan ide kepada klien hal yang sangat penting juga. Secara umum, *event organizer* dibagi atas dua kelompok kebutuhan klien yaitu :

- 1.Klien yang membutuhkan *Event organizer* acara (*meeting, insentif, convention, exhibition*).

- 2.Klien *marketing communications* (khususnya below the line).

(Suseno, 2005 : 16)

## **B. Proses Mengadakan Event**

Dalam mengadakan acara atau *event* melalui beberapa tahapan. Proses mengadakan *event* agar dapat berjalan lancar dan mencapai keberhasilan antara lain:

### **1. Mengadakan pertemuan dengan pihak sponsor (Brief)**

Penulis dan teman divisi kreatif EO mengadakan *brief* dengan pihak sponsor untuk membicarakan apa tujuan dari penyelenggaraan acara yang akan diajukan, membuat perjanjian dengan pihak sponsor, apa yang harus dikerjakan untuk dapat mencapai keberhasilan dari tujuan acara tersebut dan lain sebagainya.

### **2. Mengajukan proposal kepada pihak sponsor**

Penulis dan teman divisi kreatif EO mengajukan proposal setelah melakukan *brief* dengan pihak sponsor. Setelah itu pihak sponsor akan mengetahui kekurangan apa yang harus dibenahi dan harus bagaimana *commit to user*

pihak EO menjalankan tugas untuk membuat acara / *event* dapat berjalan lancar. Isi dari proposal biasanya adalah venue (tempat) dimana, total biaya yang harus dikeluarkan oleh pihak sponsor, program acara, dan lain sebagainya.

### 3. *Persiapan materi*

Penulis dan teman divisi kreatif EO biasanya menyediakan SPG (*Sales Promotion Girl*), properti yang akan dibutuhkan untuk *event* seperti panggung, transportasi, *team work*, dan sebagainya.

### 4. *Perencanaan program*

Dalam poin ini pihak EO mempersiapkan rencana program yang akan dilakukan untuk menjalankan suatu *event* antara lain:

#### a) *Venue*

Bagian *survey* EO melakukan pengamatan pada tempat – tempat dimana *event* akan diselenggarakan, apakah layak untuk dijadikan tempat *event* yang diinginkan oleh pihak sponsor.

#### b) *Lay out*

Merupakan penataan elemen-elemen desain komunikasi visual kedalam suatu tata susunan yang sesuai dengan prinsip desain.

Elemen desain komunikasi visual antara lain :

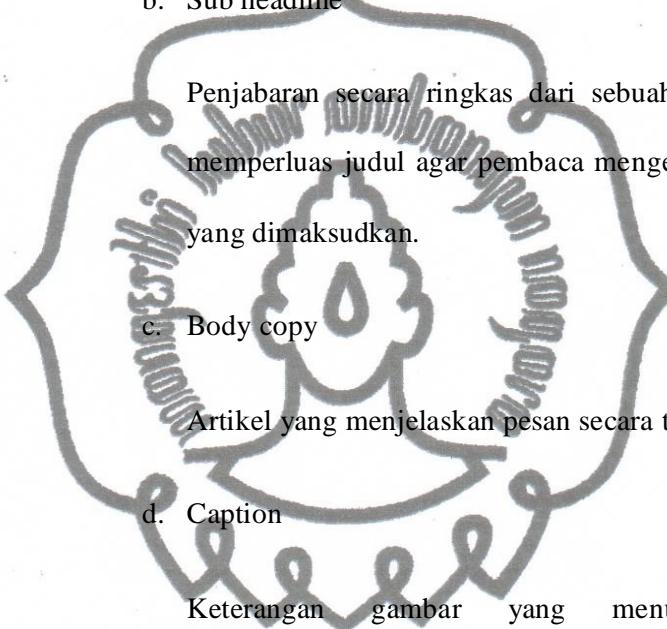
##### 1) Elemen kata-kata

*commit to user*

a. Head line

Judul utama yang pertama kali diharapkan mampu menarik perhatian khalayak, sehingga harus disusun secara menarik baik secara visual maupun verbal

b. Sub headline

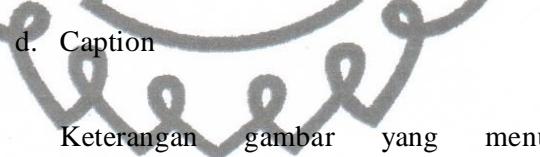


Penjabaran secara ringkas dari sebuah headline guna memperluas judul agar pembaca mengetahui pesan apa yang dimaksudkan.

c. Body copy

Artikel yang menjelaskan pesan secara terperinci.

d. Caption



Keterangan gambar yang menunjukkan dan menceritakan apa yang ada dari realita yang bisa memperhatikan, menceritakan, sehingga dapat membantu pembaca dalam menyimpulkan objek yang dibaca.

2) Elemen gambar.

Gambar dapat emvisualisasikan pesan dengan lebih cepat dan berkesan, pemilihan gambar yang tepat dapat memberi kesan positif dan lebih dapat memikat perhatian.

*commit to user*

a. Artistik teks

Huruf sebagai karya seni, mengutamakan olahan bentuk huruf, kata dan blok teks untuk dikomunikasikan sebagai gambar hias.

b. Tabel dan grafis

Berfungsi untuk lebih memperjelas informasi sebagai pemahaman dari sebuah pesan.

c. Elemen grafis

Penggunaan unsur grafis, bidang, warna, bingkai, untuk membuat desain lebih menarik dan segar.

d. Ilustrasi

Gambaran pesan yang terbaca namun dapat mengurai cerita.

e. Clip art

Gambar yang telah tersedia secara instant dan dapat digunakan bersama elemen grafis yang lain, sehingga nilai estetika lebih maksimal.

c) *Rundown acara*

Membuat susunan acara dari sebelum sampai acara selesai.

Misalnya branding pada jam sekian sampai jam sekian,

*commit to user*

kemudian mendirikan panggung, kemudian acara harus dimulai jam berapa sampai jam berapa dan seterusnya.

*d) Pembuatan desain promosi*

Pada bagian ini divisi kreatif bertugas untuk membuat desain sarana promosi. Misalnya baliho, spanduk, poster, V-banner, flayer, backdrop, dan masih banyak lagi untuk mendukung *event* agar khalayak tahu ada acara yang akan diselenggarakan.

*e) Perijinan*

Pada bagian ini merupakan bagian yang paling fatal untuk biro jasa EO jika akan menyelenggarakan suatu *event*, karena jika ijin dari pihak-pihak yang berwenang (kepolisian maupun yang mempunyai tempat) tidak turun maka *event* tidak dapat diselenggarakan. Untuk itu, EO memiliki divisi *legal support* untuk mengatasi perijinan tempat dimana *event* akan berlangsung. (Suseno, 2005 : 29-33)

## C. Sponsor media Event

Media komunikasi mempunyai peran penting dalam memasarkan event. Persaingan sangat ketat di antara berbagai media, baik media cetak maupun elektronik.

### a. Media Cetak

Nama – nama sponsor atau logo dapat dicantumkan dalam iklan di media cetak yang di publikasikan. Tergantung beberapa kali iklan event akan

*commit to user*

dimunculkan pada surat kabar harian, iklan juga dapat dimuat menyesuaikan kolom kosong yang tersedia.

#### **b. Radio**

sarana promosi yang umum yang digunakan untuk memasarkan bazaar, festifal, dan event- event lainnya adalah bekerja sama dengan stasiun radio, sekaligus memintanya sebagai mitra kerja sama dalam penyelenggaraan event. Biasanya, satu stasiun radio hanya bersedia menjadi mitra atau sponsor eksklusif, dan akan bekerja sama dengan pemrakarsa untuk memasarkan event dan radio juga bisa dijadikan sebagai tempat penjualan tiket atau tempat pendaftaran. Stasiun radio tersebut akan menyiarakan beberapa program komersial dan promosi, maupun pengumuman- pengumuman penujang event yang sifatnya nirlaba. Untuk menambah kridibilitas dan agar terlihat perbedaanya dengan stasiun radio lainnya., pihak stasiun radio dapat berperan sebagai pembawa acara atau terlibat langsung dalam event untuk meliput, mempromosikan, menyebarluaskan materi, atau mendokumentasikan acara.

#### **c. Televisi**

Di samping iklan dan promosi di televisi, televisi juga dapat dilibatkan pada event untuk melakukan program promosi event yang terintegrasi yang meliputi pemberitaan,dan peliputan langsung. Sebagai mitra kerja sama sponsor, sebuah stasiun televisi local beberapa kali menayangkan sejarah event sebelu event berlangsung kemudian melakukan liputan langsung selama festival atau acara berlangsung. ( Hoyle, 2006 : 195-197)

*commit to user*

Selain ketiga hal tersebut, dalam sebuah event memerlukan sponsor. Berikut beberapa jenis sponjsor yang diperlukan dalam menyelenggarakan event:

1. Title/ Presenting ( sponsor utama ) :menanggung seluruh biaya kegiatan event.
2. Host / Supporing ( Sponsor Pendukung) : menanggung bidang – bidang tertentu pada suatu event, misalnya makan malam atau makan dan minum selama event berlangsung.
3. Tiered ( Sponsor Partisipan) : memberikan dana sesuai dengan tingkat kemampuan, produk dan jasanya.
4. In Kind ( Sponsor Barter ) : Sponsor in kind menyediakan barang dan jasa secara gratis untuk event yang nilainya setara dengan manfaat yang diterima sponsor tersebut. ( Holye,2006 : 115 )

#### **D. Evektivitas Event**

Event marketing adalah salah satu cara yang ampuh dalam menyampaikan pesan sebuah brand dengan mengajak customer dan potensial customer untuk terlibat dalam sebuah event yang diselenggarakan perusahaan. Alasan event dinilai efektif.

- a. Meningkatkan Awareness
- b. Meningkatkan Product image
- c. Meningkatkan sales
- d. Komunikasi sampai ke target market
- e. Menambah jumlah pelanggan baru

*commit to user*

- f. Keberhasilan media promosi
- g. Memperkenalkan produk
- h. Lebih dekat dengan konsumen

#### **E. Mitra Kerja Event Organizer**

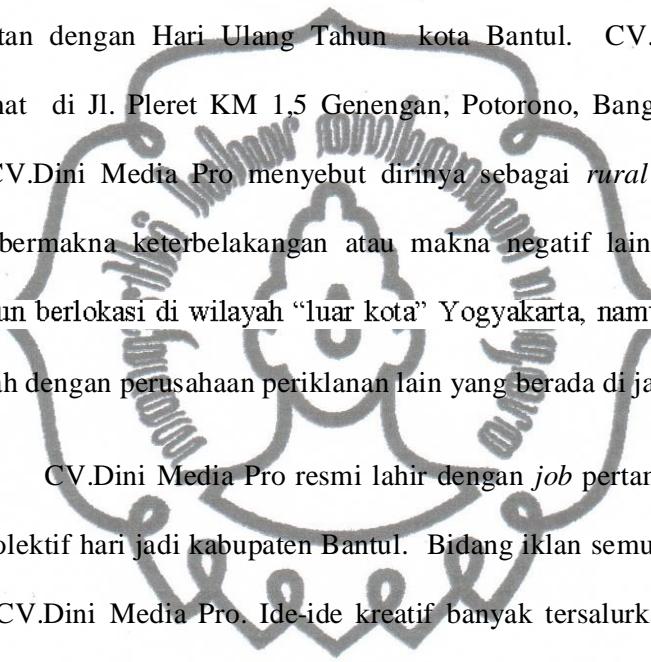
Mitra kerja event organizer, biasa disebut dengan ‘supplier’ atau dengan kata lain pemasok dari beberapa jenis kebutuhan kita. Sebagai event organizer, kita tidak mungkin memiliki semua jenis peralatan untuk memenuhi keperluan sebuah gelaran event. berbagai jenis mitra kerja tersebut, antara lain: Tempat acara, Penginapan, Saund system dan tata lampu, Pembangkit daya listrik, Panggung, Perlengkapan, Dekorasi, Kembang api, Biro jasa promosi *outdoor*, Biro jasa desain kreatif, Cetak print digital, Percetakan, Dokumentasi foto, Dokumentasi video, Katering, Transportasi, Media massa, SDM dan Artis Agen, Keamanan Agen, Persewaan Busana, Persewaan peralatan musik dan seni, Tempat penjualan tiket, Instansi Pemerintah Dan Kepolisian, Wartawan media, (Suseno 2009,189-193)

## BAB III

### DESKRIPSI INSTANSI

#### A. Sejarah CV. Dini Media Pro

CV. Dini Media Pro didirikan pada tanggal 20 Juli 2000 yang bertepatan dengan Hari Ulang Tahun kota Bantul. CV.Dini Media Pro beralamat di Jl. Pleret KM 1,5 Genengan, Potorono, Banguntapan, Bantul, DIY. CV.Dini Media Pro menyebut dirinya sebagai *rural agency*. Hal ini bukan bermakna keterbelakangan atau makna negatif lainnya, akan tetapi meskipun berlokasi di wilayah “luar kota” Yogyakarta, namun kreativitasnya tak kalah dengan perusahaan periklanan lain yang berada di jantung kota.



CV.Dini Media Pro resmi lahir dengan *job* pertama *Cong-Ad* atau iklan kolektif hari jadi kabupaten Bantul. Bidang iklan semula menjadi fokus utama CV.Dini Media Pro. Ide-ide kreatif banyak tersalurkan dalam bidang ini. Berbekal *networking* yang dimiliki, CV.Dini Media Pro berdiri pada saat pasca krisis ekonomi melanda Indonesia. Pada saat itu, industri periklanan satu per satu mulai tumbuh dan mengepulkan sayapnya, meskipun hanya berupa *agency* kecil. Data riset majalah Cakram menyebutkan bahwa dilihat dari perkembangan pendapatan, industri periklanan terus meningkat pasca krisis ekonomi.

Dengan keinginan untuk menyambut tantangan mewujudkan masa depan yang lebih dinamis, lebih menggairahkan dan lebih menjanjikan CV.Dini Media Pro bangkit, hal ini ditandai dengan pemuatan iklan untuk

*commit to user*

pertama kali di media cetak, yaitu iklan ucapan selamat kolektif (*Congratulation Ad*) hari jadi Kabupaten Bantul. Berawal dari kegelisahan seorang Taufik Ridwan yang telah lama mengabdikan diri sebagai seorang guru honorer selama 10 tahun di SMP Muhammadiyah 7 Yogyakarta dan SMA Muhammadiyah 2 Yogyakarta, serta latar belakang profesi sebagai wartawan di sebuah harian lokal Yogyakarta turut memperkuat keinginannya untuk bisa bangkit dari keterpurukan menyambut tantangan dunia periklanan., ditambah lagi dengan dimilikinya “modal hidup” berupa SDM dari murid-muridnya selama mengajar. Menurut beliau, menjadi guru atau berbisnis periklanan memiliki tujuan sama, yaitu untuk mempengaruhi masyarakat. Namun, bisnis periklanan lebih menjanjikan dari segi *finance*.

Nama DINI sendiri diambil dari nama ayah Taufik Ridwan, yakni Syamsudini. Dalam falsafah Jawa, terdapat ungkapan “*mikul dhuwur mendhem jero*” yang bermakna menjunjung tinggi dan menjaga nama baik orang tua. Selain itu, dalam bahasa Arab, kata “*din*” berarti agama. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata “*dini*” berarti awal.

Adapun informasi detail tentang DINI MEDIA PRO adalah sebagai berikut:

Nama perusahaan : CV. Dini Media Pro

Tanggal berdiri : 20 Juli 2000

Alamat : Jl. Pleret KM 1,5 No. 284 Potorono,

*commit to user*

Banguntapan, Bantul, Yogyakarta

Telepon : (0274) 7481526

Fax : (0274) 4435593

Hotline : (0274) 6577979

Email : dini\_adv@yahoo.com

dini\_adv@gmail.com

Website : www.dinimediapro.com

Tagline : *Solution for Your Promotion*

No. Anggota PPPI DIY : DIY. CA-02-008

Akta Notaris : No. 21, Tanggal 26 Februari 2001

Notaris: S.S.M. Enarwanto, SH.

Pengesahan Akta : No. 137/CV/VII/2007, Tanggal 25 Juli 2007-06-17

Panitera Pengadilan Negeri Bantul

Lestijono Warsito, SH (NIP: 040059856)

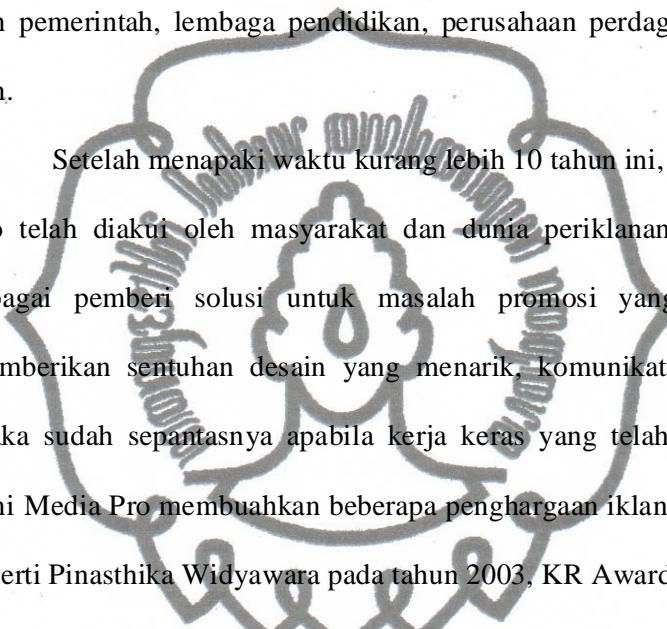
No. NPWP : 02.645.181.5.541.000

No. SIUP : 230/SIUP/VI/2007

*commit to user*

## B. Perkembangan Dini Media Pro

Klien-klien CV. Dini Media Pro berasal dari daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Mereka telah mempercayakan promosi barang maupun jasa kepada CV. Dini Media Pro baik itu lembaga pemerintahan maupun non pemerintah, lembaga pendidikan, perusahaan perdagangan dan lain-lain.



Setelah menapaki waktu kurang lebih 10 tahun ini, CV. Dini Media Pro telah diakui oleh masyarakat dan dunia periklanan di Yogyakarta sebagai pemberi solusi untuk masalah promosi yang tepat dengan memberikan sentuhan desain yang menarik, komunikatif dan edukatif. Maka sudah sepantasnya apabila kerja keras yang telah dilakukan CV. Dini Media Pro membawa beberapa penghargaan iklan bertaraf daerah, seperti Pinasthika Widyawara pada tahun 2003, KR Award tahun 2004 dan 2005 serta Pinasthika Adfestival pada tahun 2004, 2005 dan 2006.

Pada penghargaan Pinasthika Ad Festival 2005, kompetisi semakin luas dengan pesaing dari luar daerah, bahkan nasional, terkecuali DKI Jakarta, CV. Dini Media Pro masuk finalis untuk kategori iklan kolom, iklan TV produk komersial, iklan display PSA, dan media luar ruang baliho. CV. Dini Media Pro patut bangga karena dua iklan TV berhasil masuk sebagai finalis mewakili Yogyakarta. Sebuah prestasi yang cukup membanggakan karena iklan tersebut dibuat dengan *low budget* namun dapat mendapatkan efek *shock therapy* bagi biro-biro iklan yang lebih besar di Yogyakarta.

*commit to user*

Empat iklan Dini Advertising yang berhasil masuk sebagai nominasi adalah “**Menghargai Dia = Menghargai Kita**” (iklan kolom), “**Bersihkan Mulut Kamu**” (baliho), “**Jin Spanduk Orang Biasa Bisa Jadi Raja**”, “**Mummy–Dibawa Sampai Mati**” (produk komersial TV), dan “**Mungkinkah Sudah Ada Batasnya**” (iklan display PSA).

Tidak dipungkiri pentingnya bagi sebuah biro selain *billing* iklan adalah *award*, dengan diperolehnya penghargaan berupa *award*, maka sebuah biro iklan akan semakin dikenal masyarakat dan membuat biro iklan semakin terpacu untuk memberikan karya yang lebih baik lagi.

Dini Media Pro yang mempunyai tagline “*Solution for your promotion*” hadir sebagai perusahaan periklanan yang bersifat Multi Usaha yang meliputi: *Advertising, Event Organizer, dan Publishing*. Dalam usahanya di bidang advertising, Dini Advertising mengelola periklanan berupa *Above The Line* serta *Below The Line*.

Media lini atas atau *above the line* adalah televisi, radio, surat kabar, majalah, lembaga jasa iklan luar ruang (*outdoor*), sinema atau bioskop. Sedangkan media lini bawah atau *below the line* adalah leaflet, folder, brosur atau booklet, broadsheet, katalog, jadwal perjalanan, kartu pos berwarna, alat tulis, sisipan atau suffer, agenda, catatan, nomor telepon, kartu jaminan, kartu-kartu garansi, daftar harga, dan formulir pemesanan, serta formulir sayembara.

Namun, untuk produksi iklan TV komersil, penempatan media masih terbatas untuk TV lokal saja serta segmentasi masih kurang jelas.

*commit to user*

Meskipun harga tarif masih murah namun klien belum sepenuhnya memiliki kepercayaan terhadap efektivitasnya sehingga klien hanya mencoba-coba saja. Klien-klien besar yang pernah ditangani oleh Dini Advertising antara lain: UAD, STBA LIA, PKS, PAN, UGM, UMY, UII, PKU Muhammadiyah Yogyakarta, Margaria Group, Karita Group, dan lain-lain.

Dalam bidang usahanya yang lain, Dini Media Pro mencoba merambah di bidang *Event Organizer (EO)*. Bidang ini dapat terealisasi berkat niat dan keberanian dalam menjalin *network* dalam usahanya untuk mencapai keinginan untuk menghadirkan event yang tidak konvensional. Dalam perkembangannya, bidang EO tersebut mampu menghasilkan nilai tambah (*value added*) bagi perusahaan. *Event* pertama kali yang diselenggarakan adalah Funbike. Salah satu kliennya yaitu Jawa Pos-Radar Jogja, UMY, UAD, Politeknik API Yogyakarta dan UNY.

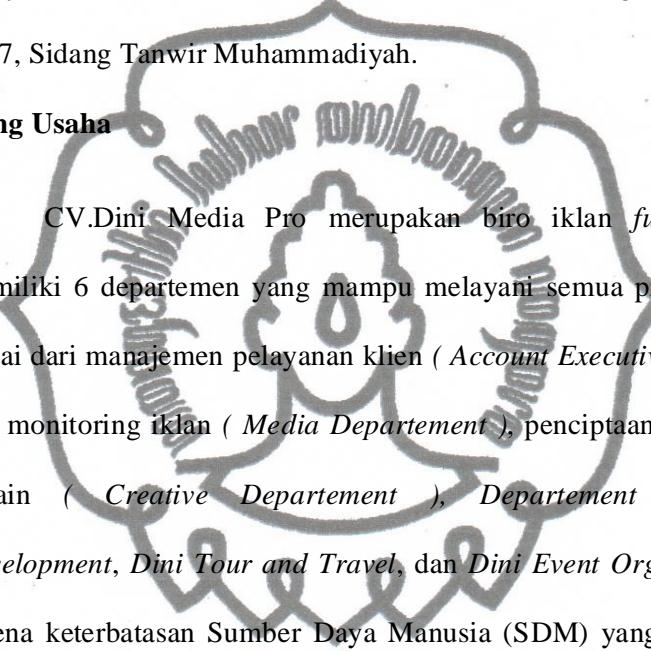
Selain event Funbike yang cukup menuai keberhasilan, Dini Advertising juga mencoba untuk mengembangkan jenis *event* pada segmentasi anak-anak seperti lomba melukis bekerjasama dengan Kid's Fun, SMP 12 Yogyakarta dan laboratorium klinik Permata, event "Kids Fiesta" dengan PT. Pos Indonesia cabang Yogyakarta, Panitia Raimuna Nasional, dan panitia Jogja *Export Expo*. Sedangkan *Family Fun Day* dengan alumni Fakultas Hukum UII.

Dini Advertising juga pernah mendukung berbagai acara antara lain Kongres Pewayangan 2005 di Yogyakarta dengan bekerjasama dengan

*commit to user*

Widita Java Foundation pada September 2005. Event itu diselenggarakan dengan acara peluncuran dan pelelangan Sampul Peringatan Kongres Pewayangan yang ditandatangani oleh Sri Sultan Hamengku Buwono X dan GKR Hemas. Pada Agustus 2006 diselenggarakan juga Kongres Masyarakat Profesi Penilai Indonesia (MAPPI), sedangkan pada Februari 2007, Sidang Tanwir Muhammadiyah.

### C. Bidang Usaha



CV.Dini Media Pro merupakan biro iklan *full service* yang memiliki 6 departemen yang mampu melayani semua proses periklanan, mulai dari manajemen pelayanan klien (*Account Executive*), perencanaan dan monitoring iklan (*Media Departement*), penciptaan ide kreatif serta desain (*Creative Departement*), *Departement Research and Development*, *Dini Tour and Travel*, dan *Dini Event Organizer*. Namun, karena keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki, masih terdapat proses tumpang tindih dalam menjalankan kinerjanya sehingga suatu posisi dapat merangkap posisi yang lain untuk melengkapi masing-masing departemen.

#### D. Filosofi Logo Perusahaan Dini Media Pro



Logo CV.Dini Media Pro di atas ini merupakan logo utama yang merupakan sentralisasi dari *Dini Advertising*, *Dini Event Organizer*, dan *Dini Publishing*. Sebelumnya, masing-masing divisi memiliki logo masing-masing setelah akhirnya logo CV.Dini Media Pro diresmikan pada 20 Juli 2007 guna membentuk sebuah *branding* yang lebih kuat. Logo utama ini juga dinilai sebagai pembentukan image yang lebih representatif dan lebih artistik karena nama Dini menjadi logo itu sendiri dibandingkan dengan logo terdahulu. Alasan lain dalam perubahan logo ini karena dinilai lebih ekonomis untuk keperluan-keperluan administratif, seperti penggunaan kop surat, cap, dan lainnya.

Filosofi dalam logo ini adalah bentuk font yang berbentuk meruncing. Warna merah dan kuning adalah refleksi dari makna api, yaitu

*commit to user*

merupakan semangat yang menyala dan membara untuk menjadi biro iklan yang berkualitas. Logo ini mengilhami kreatifitas yang *fresh* dan memberikan pencerahan melalui simbol api yang berkobar . Sebagai mana anak muda yang sudah menanamkan semangat sejak DINI karena memang selalu mengerjakan sesuatu lebih DINI sebagai bentuk langkah awal dalam berkarya. Tagline Dini Media Pro adalah "*Solution For Your Promotion*".

#### E. Visi dan Misi Perusahaan

##### 1. Visi

Visi yang menjadi pedoman dari staff CV.Dini Media Pro dalam bekerja adalah menjadi perusahaan periklanan yang kreatif dan cermat serta memberikan solusi yang tepat dalam setiap usaha pemasaran dengan didasari jiwa yang islami.

##### 2. Misi

Misi yang mendasari dan memotivasi dalam mengelola serta mensejahterakan staff maupun masyarakat secara luas antara lain:

- a. Memberikan solusi cerdas dan tepat dalam setiap usaha pemasaran
- b. Memberikan keuntungan finansial yang besar dan bermanfaat
- c. Memberikan selipan dakwah dalam setiap langkah kreatifnya
- d. Memberikan sebagian keuntungan kepada kepentingan sosial dan umat

- e. Memberikan penghidupan yang layak dan berkecukupan kepada pimpinan dan karyawan

## F. Struktur Lembaga Dini Media Pro



## G. Deskripsi Per Departemen di Dini Media Pro

### 1. President Director

Dini Media Pro dipimpin oleh pemegang saham utama secara langsung yang memegang beberapa bagian penting dalam biro tersebut. Direktur Utama juga menangani sendiri secara langsung apabila klien-klien tersebut adalah klien dengan loyalitas tinggi maupun klien besar. Dalam kinerjanya, persetujuan segala kegiatan yang akan dijalankan dalam biro iklan harus melalui persetujuan direktur utama. Direktur utama harus mampu membina hubungan yang harmonis dengan para klien maupun karyawannya. Setiap pekan, direktur utama bersama para karyawan melakukan evaluasi kerja selama seminggu kemarin dan melakukan pembahasan rencana kerja minggu berikutnya sekaligus guna menyatukan pemikiran-pemikiran antar karyawan.

### 2. Divisi Kreatif

Berisikan orang-orang yang kreatif, unit ini melayani berbagai pelayanan terkait produksi *corporate identity, design, publishing, iklan display, iklan kolom, produksi iklan TVC dan company profile*. Unit ini telah banyak menuangkan karya yang masuk nominasi dan memperoleh penghargaan di festival iklan Pinastika. Selain itu, dua produksi filmnya, yaitu “Anak Kliping” dan “Sepatu Untuk Kakek”

memperoleh juara III di ajang Festival Film TVRI tingkat Nasional dua kali berturut-turut, di tahun 2009 dan 2010.

### **3. Divisi Media Marketing**

Unit yang menjadi ujung tombak bagi perusahaan ini terdiri dari orang-orang yang profesional dan memiliki semangat tinggi untuk bekerja keras dan mengejar target. Dengan semangat dan kerja keras yang dimiliki, divisi ini mampu untuk membuktikan komitmennya dalam menangani klien dengan sungguh-sungguh sehingga klien memiliki loyalitas terhadap perusahaan ini. Unit ini melayani berbagai penawaran iklan cetak dengan media *placement* lokal maupun nasional di seluruh Indonesia, melayani berbagai penawaran iklan TVC dengan media *placement* lokal maupun nasional di seluruh Indonesia, melayani berbagai penawaran *out door* dengan media *placement* lokal maupun nasional di seluruh Indonesia, dan melayani berbagai penawaran *publishing* maupun *company profile* dengan titik distribusi seluruh Indonesia.

### **4. Divisi Event Organizer**

Divisi event organizer bertugas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang ingin menawarkan produk secara langsung dengan mengadakan suatu event. Dengan kerja kerasnya, divisi ini mampu membuktikan bahwa promosi klien yang dilakukan dengan event dapat berhasil bagi promosi yang dilakukan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penawaran yang kadang jauh dari kapasitas yang *commit to user*

dimiliki. Namun, justru hal inilah yang menjadikannya sebagai tantangan. Berkat kerja keras divisi ini mampu meyakinkan klien untuk menaruh kepercayaan pada divisi event organizer sebagai fasilitator untuk bertemu dengan target market yang dituju. Unit ini melayani berbagai penawaran *event* di seluruh Indonesia, dengan berbagai jenisnya.

### 5. Divisi Riset dan Pengembangan

Sebagai divisi baru dalam perusahaan ini, Divisi riset dan Pengembangan berusaha memenuhi kebutuhan klien yang terkait dengan berbagai analisis pasar dan konsumen. Analisis data yang disajikan oleh divisi ini dapat menjadi rekomendasi Unit ini melayani berbagai penawaran riset yang terkait dengan produk atau program tertentu dengan melakukan komparasi metodelogi antara data kualitatif dan data kuantitatif, sehingga mampu memberikan rekomendasi yang sesuai dengan ekspektasi marketing. Selain itu, unit ini juga siap bermitra dengan berbagai instansi yang ingin memproduksi media komunitas di instansinya.

### 6. Divisi Tour and Travel (Dini Tours)

Sebagai sayap perusahaan dalam melayani jasa *tours*, unit ini sangat istimewa. Dini Tours secara mandiri memberikan penghidupan bagi unitnya, dengan melakukan kerja-kerja penjualan tiket secara produktif dan mempromosikan berbagai tempat wisata serta menyediakan paket perjalanan wisata ke berbagai tempat. Ditangani *commit to user*

oleh orang-orang profesional di bidangnya, unit ini menjanjikan pelayanan yang tidak terbatas bagi klien, asalkan klien tetap menaruh kepercayaan mutlak kepada unit ini. Dini Tours melayani klien dalam pemesanan *ticketing* dari berbagai sarana transportasi, baik darat, laut maupun udara. Selain itu, Dini Tours juga siap bermitra dengan perorangan ataupun lembaga tertentu yang berkeinginan menyiapkan kegiatan tour-nya.

## 7. Unit Kesekretariatan

### a. Sekretaris dan Keuangan

Unit internal perusahaan ini dikepalai oleh seorang perempuan bernama Fitria Fajrin. Dialah yang mengurus persoalan surat - surat umum perusahaan dan persoalan operasional keuangan. Maka, wajar dialah yang paling ditakuti di kantor, apalagi jika sudah menyangkut persoalan gaji. Namun, dia tetaplah perempuan ramah yang suka menyapa, terutama menyapa para klien yang suka piutang.

Unit ini juga bertugas mengurusi segala perputaran uang masuk dan uang keluar di perusahaan. Adapun rincian tugas dari seorang *finance* dan *administration* adalah:

1. Bertanggung jawab mengelola dan mengawasi administrasi perusahaan.
2. Menghitung pemasukan dan pengeluaran uang per bulan untuk selanjutnya dilaporkan ke direktur.

*commit to user*

3. Mempersiapkan pembayaran dalam setiap proses pembuatan iklan.
4. Membayar semua pengeluaran yang dipakai perusahaan.
5. Mengurusi penagihan-penagihan iklan kepada biro iklan.
6. Menangani pembayaran gaji untuk karyawan.
7. Mengurusi pajak-pajak.

## **8. Peran Research and Development dalam perusahaan**

Secara garis besar, departemen ini telah melakukan sejumlah aktifitas di bidang riset, antara lain :

1. Membuat penawaran kerjasama riset pasar dan TVC ke instansi dan tempat usaha di Yogyakarta dan luar Yogyakarta.
2. Melakukan riset terkait pelayanan pajak kemudian memberikan rekomendasi kepada Kanwil Pajak DIY.
3. Melakukan riset event pameran Foto Sekaten “Jogja Dalam Lensa”.
4. Melakukan riset event Funbike UNY ke-47.
5. Support Data Untuk Opini di surat kabar harian lokal Yogyakarta.
6. Melakukan survey PAY (Pelayanan Agency Yogyakarta).

## **H. Suasana Kerja dan agenda rapat di CV. Dini Mediapro**

Karyawan di CV. Dini Media Pro benar – benar menjaga suasana penuh keakraban dan persahabatan. Mereka saling mengenal dan sudah menganggap

layaknya seperti keluarga sendiri. Tidak ada batasan antara direktur utama, karyawan maupun anak – anak magang.

CV. Dini Media Pro mempunyai agenda rapat rutin setiap Senin pagi pukul 09.00 WIB. Semua karyawan dikumpulkan untuk mengadakan evaluasi pekerjaan selama lima hari kebelakang. Acara rapat biasanya dibuka dengan “tausiyah ”, pengisi tausiyah biasanya ditunjuk salah satu secara bergantian setiap minggunya. Isi dari tausiyah ini boleh bercerita tentang pengalaman pribadi maupun menceritakan hal – hal yang kita ketahui, yang bias diambil hikmahnya. Setelah itu laporan kerja dari masing – masing unit selama seminggu ke belakang dan juga menyampaikan agenda kerja untuk seminggu ke depan. Dalam forum ini, semua dapat menyampaikan uneg – uneg, ide maupun gagasan tanpa dibatasi struktur kerja mereka. Selain agenda rapat tiap hari Senin, tidak menutup kemungkinan untuk mengadakan rapat dadakan jika perlu mengadakan rapat.

## I. Daftar Klien Dini Media Pro

### Iklan Kolom CV.Dini Mediapro

Klien - klien Iklan Kolom CV.Dini Mediapro yaitu : ISES, Pegadaian, Mitra Gemilang, Perum. Bangun Griya Madina, Nada Nurani, Xion Computer, Margaria Group, Az Zahra, Spektrum, Perumahan Pesona Alam Sedayu, Sekolah Dasar Inernasional Islamic School, Mr. Tebu, Kawasaki, Sumber Baru Mobil,Suzuki (motor), ASTRA Isuzu, Sinar Mas, Bank Muamalat, KSP Nasari, Rumah Sakit JIH, Asia Finance Jakarta.  
*commit to user*

### **Iklan Display, Outdoor, dan Lain-lain**

Klien – klien iklan display, dan outdor CV. Dini Mediapro yaitu :

Universitas Islam Indonesia, Al-Fath, FE Universitas Ahmad Dahlan, BPD DIY Syariah, Radio Trijaya, Nusantara Sakti Semarang, Partai Amanat Nasional, PP Muhammadiyah, Kapilawastu, Partai Keadilan Sejahtera, SSCI, Universitas Janabadra Yogyakarta, STBA LIA, BPRS Margirizki Bahagia, Pengukuhan Guru Besar Bahasa Inggris UAD, SD Muhammadiyah Saven, Pamella Swalayan, PKU Muhammadiyah Jogja, Rumah Sakit Mata ‘YAP’, Hotel Melia Purosani, Toko Buku Toga Mas, IT Distribution, Dagadu, Partai Keadilan Sejahtera, Partai Amanat Nasional, Panwaslu, HIPMI, Balong Waterpark, Muktamar Muhammadiyah, SD Bodon, SMK Kesehatan CSI Wates, APTISI DIY, Potorono Residence, Bank Jogja, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bank Mandiri Syariah, BP2 KY, Kedai Digital, Dinas Pariwisata, Universitas Negeri Yogyakarta, PT Paragus, Pasca Sarjana UII, Sumber Baru Residence, PT Revinni Indonesia, Muncul Group, INSTIPER Yogyakarta, AKBID Yogyakarta, PPPPTK Matematika,D3 Agro Industri UGM,D3 Ekonomika & Bisnis UGM.

### **Iklan Ucapan Selamat (Iklan Kolektif)**

Klien – klien iklan ucapan selamat ( iklan kolektif ) CV. Dini Mediapro yauitu : Joglo Premier, Jogja Futsal Land, Pengukuhan Rektor

*commit to user*

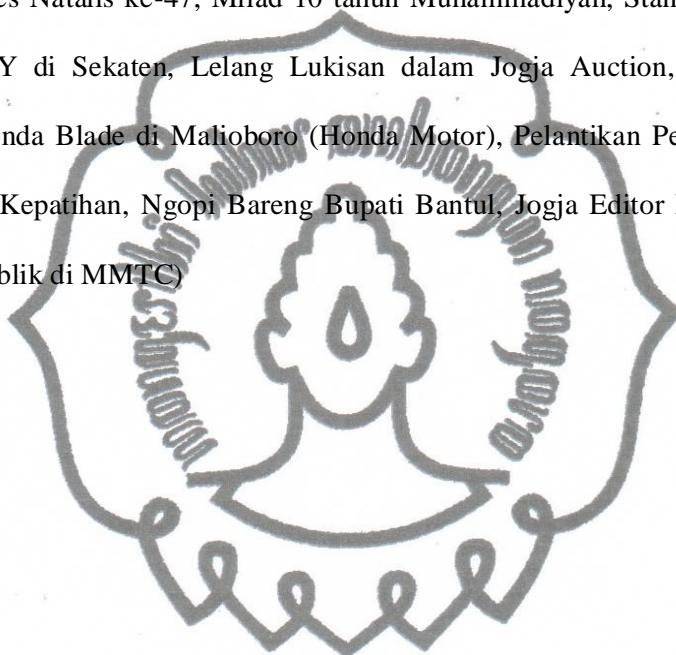
Baru Universita, Negeri Yogyakarta, Margaria Group, Launching Digitalisasi Library Universitas Sunan Kalijaga, Badan Narkotika Propinsi, Aisyiyah, Joglo Futsal, Anniversary BOSHE VVIP Club, HUT Pemerintah Kabupaten Bantul, Kedai Digital, BMT Artha Amanah, Muktamar Muhammadiyah, BMT Bina Ihsanaul Fikri, BMT Tamsis, BMT Al Ikhlas, BMT Bringharjo

#### **Event Organizer yang pernah ditangani Dini Mediapro**

Event – event yang pernah di tangani CV. Dini Mediapro yaitu : Kids Fiesta, FH UII Family Fun Day, IKAPI FH UII Fun Day, Sepeda Santai Radar Jogja dalam rangka HUT Pertama Harian Radar Jogja. Fun Bike Universitas Ahmad Dahlan dalam rangka Milad ke-46, Fun Bike Politeknik “APT” ( Akademi Pariwisata Indonesia ) dalam rangka Dies Natalis Politeknik “ API ”, Sepeda Santai UMY dalam rangka Milad Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Santai PKS dalam rangka Milad ke-9 Partai Keadilan Sejahtera, Sidang Tanwir Muhammadiyah, Futsal Competition kerja sama dengan BMT AL-Ikhlas, Launching buku ‘Ahmad Sumiyanto’, Pameran Foto ‘Jari Lenthik’, Fun Bike Universitas Negeri Yogyakarta dalam rangka Dies Natalis ke-46, Serial Diskusi Politik, Talkshow HIPMI ( Himpunan Pengusaha Muda Indonesia ), Tanwir Asiyah, Kejurnas PAMI ( Persatuan Atletik Master Indonesia ), Talkshow Public Relations Spektakuler Harian Jogja, Diskusi Politik, Kompas Futsal Youth Competition, Fun Bike Universitas Negeri

*commit to user*

Yogyakarta dalam rangka Dies Natalis ke-46, Muktamar Muhammadiyah,  
Diskusi Pariwisata, Fashion Batik Ulang Tahun CV. Dini Mediapro,  
Launching Onduvila, Festival Anak Jenius, Pameran Foto Sekaten “Jogja  
Dalam Lensa”, Fun Bike Universitas Negeri Yogyakarta dalam rangka  
Dies Natalis ke-47, Milad 10 tahun Muhammadiyah, Stand Pajak Kanwil  
DIY di Sekaten, Lelang Lukisan dalam Jogja Auction, Musik Selasar  
Honda Blade di Malioboro (Honda Motor), Pelantikan Pengurus APTISI  
di Kepatihan, Ngopi Bareng Bupati Bantul, Jogja Editor Forum (Diskusi  
Publik di MMTC)

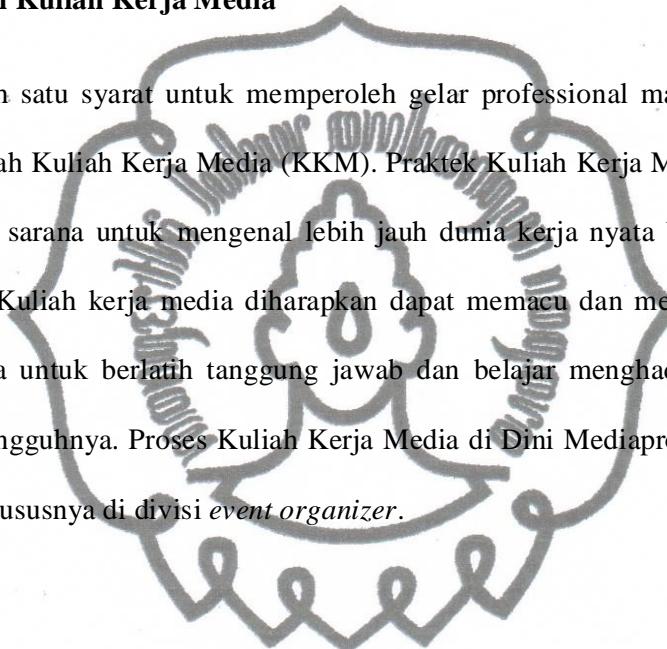


## BAB IV

### PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

#### A. Materi Kuliah Kerja Media

Salah satu syarat untuk memperoleh gelar professional mahasiswa tingkat akhir adalah Kuliah Kerja Media (KKM). Praktek Kuliah Kerja Media merupakan salah satu sarana untuk mengenal lebih jauh dunia kerja nyata bagi mahasiswa. Kegiatan Kuliah kerja media diharapkan dapat memacu dan mendorong pribadi mahasiswa untuk berlatih tanggung jawab dan belajar menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Proses Kuliah Kerja Media di Dini Mediapro dilakukan oleh penulis khususnya di divisi *event organizer*.



#### B. Kegiatan Kuliah Kerja Media

Pelaksanaan Kuliah Kerja Media yang dilaksanakan oleh penulis adalah antara tanggal 6 Februari – 30 Maret 2012 ( 2 bulan ). Kuliah Kerja Media diadakan di CV. Dini Mediapro dengan mengambil konsentrasi di bagian *event organizer*. Pada saat pelaksanaan Kuliah Kerja Media, penulis masuk mulai dari hari senin- jumat mulai pukul 09.00 – 16.30 WIB, untuk lebih jelasnya penulis akan menguraikan secara detail tentang segala sesuatu yang telah penulis kerjakan dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Media di CV. Dini Mediapro yaitu sebagai berikut:

*commit to user*

## 1. Antara tanggal 6 Februari – 10 Februari 2009

Kegiatan yang pertama penulis lakukan ketika dating ke kantor Dini Mediapro adalah berkenalan dengan semua staf karyawan yang dimiliki oleh CV.Dini Mediapro. Pertama kali penulis memasuki ruangan, penulis merasa kurang percaya diri dengan bekal ketrampilan yang telah penulis miliki. Setelah beberapa jam di kantor penulis bertemu dengan kakak – kakak di bagian *event organizer* dan diberi pengarahan tentang apakah sebenarnya EO itu, bagaimana sistem kerjanya, kita harus bagaimana jika ingin berkecimpung di dunia EO, dan lain sebagainya. Penulis benar-benar diberi pengarahan yang jelas tentang seluk beluk kinerja EO CV. Dini Mediapro dalam menjalankan sebuah *event*.

Tugas yang pertama diberikan kepada penulis yaitu penulis ditugaskan untuk membuat proposal lomba mewarnai yang diselenggarakan oleh Kantor Pajak Pratama Yogyakarta. Yang bertujuan sebagai sarana untuk memperkenalkan Kantor Pajak Pratama Yogjakarta kepada masyarakat. Tugas yang dilakukan penulis berikutnya penulis ditugaskan untuk mencari informasi tentang event yang akan diadakan di Yogyakarta di tahun 2012. Penulis mencari informasi event di JEC dan kemudian ke TBY karena disitulah pusatnya informasi event di Yogyakarta. Pada saat itu di Dini Mediapro sudah berjalan sebuah event pajak yang diadakan di Sekaten Yogjakarta 2012. Penulis diajak ke stan pajak untuk melihat – lihat bagaimana event tersebut dijalankan.

## 2. Antara tanggal 13 februari – 17 februari

*commit to user*

Pada minggu ini penulis mendapatkan tugas dari Mas Kurniawan yaitu membuat desain trofi untuk pajak award yaitu acara yang akan diselenggarakan dalam rangka pemberian penghargaan pajak. Acara pajak award tersebut akan diselenggarakan di kantor pajak Yogyakarta. Di minggu ini juga penulis membuat proposal penawaran tentang kejuaraan bola voli yang akan diselenggarakan sebuah kompetisi bola voli yang akan diikuti oleh siswa SMA se- Yogyakarta. Dari kejuaraan tersebut diharapkan dapat meningkatkan prestasi olahraga bola voli di kota Yogyakarta. Pada saat itu di Dini Mediapro sedang dalam proses pembuatan film yang nantinya akan di putar di kampus – kampus di Indonesia. Penulis mendapatkan tugas dari mas Jeki survei ke Gunung Kelir,Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulon Progo yaitu mencari informasi tentang budaya Tionghoa yang ada di Guning Kelir. Dalam survei tersebut penulis tidak mendapatkan informasi tentang budaya Tionghoa yang ada di Gunung Kelir, yang ada adalah upacara bersih desa.

### 3. Antara tanggal 20 februari – 24 februari

CV.Dini Mediapro akan mengadakan sebuah event yaitu event “Ngopi Bareng Bersama Bupati dan Pejabat Tinggi Plus Pelaku Ekonomi” yaitu sebuah event yang diselenggarakan sebagai wahana diskusi bagi berbagai pihak terkait untuk memecahkan masalah dan *sharing* gagasan terkait pertumbuhan ekonomi kreatif di Bantul. Dalam proses penyelenggaraan event tersebut penulis diajak untuk meninjau lokasi event *commit to user*

yang akan diselenggarakan yaitu di Tembi Rumah Budaya, Jl. Parangtritis Km 8.4 Tembi, Timbulharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta 55188. Di Tembi penulis bertemu dengan orang – orang dari Jogja TV dan menyeting tempat untuk pengambilan gambar pada saat event diselenggarakan. Di hari berikutnya penulis mendapatkan tugas untuk menyiapkan property keperluan event “Ngopi Bareng Bersama Bupati dan Pejabat Tinggi Plus Pelaku Ekonomi” yaitu membantu pemasangan sepanduk, menyiapkan roll banner dan menyiapkan umbul- umbul. Pada saat event diselenggarakan penulis ikut menjadi panitia, penulis mendapatkan tugas sebagai Photografer yang mendokumentasikan acara event.

#### 4. Antara tanggal 27 februari – 2 maret 2012

Di minggu ini penulis bersama Mas Kurniawan berencana membuat event lomba baris – berbaris yang diselenggarakan sebagai salah satu media kaderisasi generasi muda masa depan harapan bangsa dan sebagai supporting bagi dunia pendidikan yang juga berupaya dalam hal yang sama yang diharapkan dapat Membangun rasa nasionalisme kebangsaan kaum muda, Membangun kedisiplinan, kerapihan dan mentalitas generasi muda, menjadi stimulus bagi generasi muda lainnya, membangun jiwa untuk berprestasi dan sportif pada generasi muda, memberikan fasilitas unjuk kemampuan dalam kegiatan yang positif. Hal pertama yang dilakukan penulis dalam proses event baris – berbaris adalah membuat proposal untuk diajukan ke kantor, selanjutnya penulis berkunjung ke Balai Pemuda Dan Olahraga di balai tersebut penulis

*commit to user*

bertemu dengan Ibu Wigati selaku pengelola balai untuk membicarakan tentang kerjasama untuk event baris- berbaris. Selanjutnya penulis survei tempat ke Gor Among Rogo melihat situasi di dalam Gor sebagai tempat pelaksanaan event baris – berbaris. Selain itu penulis juga ada tugas yaitu berkunjung ke BAPERDA Dinas pariwisata Yogyakarta mencari informasi event – event wisata yang akan terselenggara di Yogyakarta.

#### **5. Antara tanggal 5 februari – 12 maret 2012**

Di minggu yang kelima, masih dalam proses penyelenggaraan event baris – berbaris penulis diberi tugas untuk menghubungi ketua PPI ( Purna Paskibra Indonesia) penulis menghubungi ketua PPI untuk bisa ketemu dan sharing tentang tatacara baris – berbaris selaku orang yang berpengalaman tentang hal itu. Pada hari berikutnya penulis bisa bertemu dengan ketua PPI provinsi Yogyakarta yaitu Mas Ujung. Dengan bertemu beliau maka bisa sharing tentang baris – berbaris yaitu bertanya tentang tata cara lomba baris- berbaris yang selama ini sudah pernah di jalankan oleh PPI.

Di sekertariat bersama Balai Pemuda Dan Olah raga penulis dijelaskan tentang baris – berbaris oleh Mas Ujung. Lomba baris – berbaris yang selama ini di jalankan oleh PPI adalah lomba baris – berbaris dengan tata cara pos per pos sedangkan baris – berbaris yang penulis rencanakan adalah langsung dari skill peserta jadi hanya dilakukan di ruangan atau lapangan peserta langsung menunjukan ketrampilannya

*commit to user*

dalam hal baris – berbaris. Di hari berikutnya penulis berkunjung ke bagian pengelola tempat yang ada di Balai Pemuda Dan Olahraga untuk bertanya soal harga sewa Gor Among Rogo dan lapangan parkir Madala Krida.

#### **6. Antara tanggal 12 maret – 16 maret 2012**

Antara tanggal 12 – 16 maret penulis mendapatkan tugas di CV. Dini mediapro yaitu pergi ke kantor Pajak Pratama Yogyakarta bagian rumah tangga untuk menyampaikan proposal lomba mewarnai untuk di setujui pihak dari Pajak Pratama. Di hari berikutnya di minggu ke enam ini CV. Dini Mediapro ada event yaitu Event Musik dalam Rangka promo Honda One Heart, dengan tema : “Satu Hati Untuk Jogja”. Acara ini bekerjasama dengan Pihak 8 Dealer Honda, konsep acara ini berbentuk musik komunitas acoustic dan sebagai tempat Finish touring Honda Blade dengan peserta touring 40 kendaraan. Untuk lebih menarik massa pengunjung, dalam event ini bekerjasama dengan pihak Indocafe sebagai pendukung promosi menggratiskan kopi kepada pengunjung. Untuk keamanan dan kelancaran event ini, berkoordinasi dengan pihak UPT Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DIY (Kawasan Mallioboro), POLSEK Danurejan sebagai Penanggung Jawab keamanan wilayah, SATPOLL PP UPT Kawasan Mallioboro dan Pihak pengelola parkir di lokasi acara. Dalam event ini penulis sebagai panitia event, yang membantu terlaksananya event. Penulis membantu dalam penyetingan

*commit to user*

tempat dan juga panggung untuk acara musik. Event yang terselenggara dari pukul 16.00 – 21.00 itu berjalan sangat lancar.

#### 7. Antara tanggal 19 maret – 23 maret 2012

Pada minggu ini penulis di ajak pergi ke Kepatihan dalam rapat yang di selenggarakan untuk acara pelantikan pengurus Aptisi. Dalam rapat itu di hadiri seluruh rektor-rektor Universitas Swasta se-Yogyakarta, yang ingin meminta izin dan doa restu kepada Sri Sultan Hamengkubuwono supaya acara pelantikan yang akan di selenggarakan berjalan dengan lancar. Di hari berikutnya penulis berkunjung ke Tembi bersama bapak Taufik Ridwan bertemu dengan bapak Agus Herjoko seorang pelukis di Tembi untuk membicarakan tentang kerjasama di event Pesta Perupa Menggores Jogja.

Pada tanggal 26 maret – 30 maret penulis mendapatkan tugas dari CV. Dini Mediapro yaitu pergi ke Politeknik Api bersama Mbak Ari untuk mengajukan penawaran untuk event wisata. Event wisata yang di tawarkan adalah wisata ke Bali dengan harga Rp. 750.000.

CV. Dini Mediapro ada sebuah event yaitu event Jogja Editor Forum yang di selenggarakan di studio 1 kampus MMTC Yogyakarta. Event tersebut di hadiri oleh para wartawan dari berbagai media dan pengusaha, event JEF tersebut membahas tentang peran media dalam mempengaruhi tingkat kejahatan. Di hari berikutnya di minggu yang terakhir ini penulis pergi bersama bapak Taufik Ridwan ke Kantor Bupati

*commit to user*

Gunung Kidul dalam rangka audiensi film. Di hari terakhir tanggal 30 maret CV. Dini Mediapro menyelenggarakan event Pelantikan pengurus APTISI, di acara tersebut di meriahkan oleh paduan suara dan tari – tarian dari mahasiswa. Dalam acara pelantikan APTISI penulis menjadi panitia yang mendokumentasikan semua kegiatan yang ada dalam event tersebut.

Dari sini penulis tahu bahwa divisi event organizer di CV. Dini Mediapro event yang di selenggarakan adalah by order maksudnya event yang di selenggarakan itu event langsung dari klien yang ingin mengadakan suatu event jadi CV. Dini mediapro hanya sebagai Penyelenggara.

### C. Proses Perancangan Event Di CV. Dini Mediapro

#### 1. Tahap pra produksi (planning)

- a. Menjabarkan ide kreatif dan menuangkannya ke konsep, ide kreatif atau gagasan awal sangat penting dari setiap anggota memberikan ide tersebut untuk di tuangkan dalam suatu konsep yang kreatif dan menarik.
- b. Menuangkan konsep tersebut dalam rancangan tertulis, setelah ide kreatif dari masing – masing personal di tuangkan dalam sebuah konsep, konsep tersebut di buat pada suatu rancangan tertulis guna hasil dari ide kreatif atau gagasan yang tertuang lebih matang dan siap untuk di promosikan atau di perlihatkan pada stakholder.

*commit to user*

- c. Pembentukan Tim serta Jobdesc, setelah terbentuknya suatu konsep rancangan yang tertulis, proses berikutnya pembentukan Tim serta pembagian Jobdesc sangatlah penting, di sini kita dapat menentukan masing – masing anggota tim untuk bekerja sesuai kemampuannya atau kelebihannya, jangan sampai terjadi kesalahan penempatan Jobdesc.
- d. Promosikan konsep jika belum mempunyai stakholder, promosikan ide atau gagasan kreatif yang sudah terancang dalam sebuah konsep yang menarik, agar mendapatkan pemintat baik dari stakholder ataupun pihak sponsor yang tertarik dengan konsep yang sudah dituangkan pada rancangan tulisan.
- e. Observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, konsumsi, transportasi, dokumentasi dll, Setelah tim terbentuk dan masing – masing telah di berikan jobdesc, maka proses berikutnya observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, transportasi, dan sebagainya. Ini sangat perlu di lakukan sebelum masuk pada tahap produksi, CV. Dini Mediapro melakukan observasi terlebih dahulu guna mengetahui apa saja kendala atau pun yang harus di persiapkan nanti pada saat produksi berlangsung, biar konsep yang tertuang tadi terlihat menarik.
- f. Menentukan pihak – pihak yang terlibat

CV. Dini Mediapro menentukan para pihak – pihak yang mengisi acara sesuai dengan konsep yang dibuat.

*commit to user*

- g. Konfirmasi pada pihak – pihak yang terlibat, Sebelum masuk pada proses produksi, pihak CV. Dini Mediapro memastikan dan mengkonfirmasikan pada pihak – pihak yang terlibat dalam acara tersebut.,
  - h. Penyelesaian administrasi, kontrak, perijinan, tempat, ticketing, dll, Setelah semuanya rampung, maka proses selanjutnya adalah perjanjian dari segi administrasi, kontrak, perijinan, tempat, ticketing, pengisi acara, keamanan, dll. Perjanjian ini di maksudkan agar kontrak kerja yang telah di sepakati di kedua belah pihak tidak ada pengingkaran kontrak atau penyelewengan kontrak kerja sama.
  - i. Membuat Run Down Acara
- Hal ini wajib di lakukan, karena run down atau susunan acara harus dibuat sesuai konsep yang sudah di rancang agar hasilnya memuaskan.

## 2. Tahap Produksi

- a. Teknikal Meeting dengan seluruh pengisi acara

Sebelum memulai produksi, dilakukan melakukan teknikal meeting terlebih dahulu, guna untuk lebih mempersiapkan segala sesuatunya pada saat produksi berlangsung.

- b. Teknikal Meeting dengan seluruh kru yang bekerja

*commit to user*

Sebelum memulai produksi, dilakukan teknikal meeting dahulu dengan seluruh kru untuk lebih mempersiapkan segala sesuatu dan berdo'a bersama demi kelancaran produksi nanti.

- c. Pihak CV. Dini Mediapro menanyakan kesiapan pihak keamanan sebelum beberapa saat produksi akan di laksanakan, dan meminta pada pihak keamanan untuk lebih mengontrol keamanan agar produksi berjalan sukses sesuai rencana dan hasilnya memuaskan.
- d. Proses event digelar sesuai rundown

Proses event yang berlangsung sesuai dengan konsep dan run down yang di persiapkan secara matang.

### 3. Tahap Pasca Produksi

- a. Evaluasi

Setelah produksi selesai sebaiknya tim melakukan evaluasi dari keseluruhan acara guna memperbaiki kinerja kerja tim pada saat kontrak atau produksi yang lainnya. Hal ini sebagai motivasi buat keseluruh tim guna meningkatkan ide yang lebih kreatif dan imajinatif dalam menghasilkan sebuah karya.

- b. Pembuatan laporan

Pembuatan laporan akhir ini guna mengetahui keseluruhan dari produksi yang telah berjalan, untuk di serahkan pada stakholder.



*commit to user*

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Setelah mengamati, mempelajari dan mengikuti kegiatan kerja divisi event organizer di CV. Dini Mediapro, maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

1. *Event Organizer* dalam mekanismenya adalah sebuah event – event yang mengkoordinasi, melayani, dan mendukung kepentingan para pihak, sehingga bagi sebagian orang mengelola suatu kegiatan merupakan bagian penting bagi sebuah perusahaan, dan menuntut terlaksananya event secara sempurna.
2. Proses kerja *event organizer* CV. Dini Mediapro yang pertama yaitu menentukan ide kreatif sebuah event setelah menemukan ide, selanjutnya pembuatan proposal konsep dari event yang ingin diselenggarakan. Setelah proposal selesai dibuat selanjutnya proposal dikirim ke divisi kreatif untuk dibuatkan desain layoutnya. Selanjutnya proposal tersebut dipresentasikan ke klien apabila konsep yang diajukan diterima oleh klien maka tinggal melakukan eksekusi event.
3. *Event organizer* dituntut untuk dapat menarik konsumen dengan menggunakan strategi promosi yang dikemas dengan menarik dan mudah diterima oleh khalayak.
4. Dalam perancangan sebuah event dibagi menjadi tiga tahap yaitu :

*commit to user*

- a. Pra produksi : Menjabarkan ide kreatif, menuangkan konsep tersebut dalam rancangan tertulis, pembentukkan Tim serta Jobdesc, promosikan konsep, observasi tempat, menentukan pihak – pihak yang terlibat, konfirmasi pada pihak – pihak yang terlibat, penyelesaian administrasi, membuat rundown acara.
- b. Tahap produksi yaitu : Teknikal Meeting dengan seluruh pengisi acara, teknikal meeting dengan seluruh kru yang bekerja, menanyakan kesiapan pihak keamanan, proses event digelar sesuai rundown.
- c. Tahap pasca produksi : evaluasi dan pembuatan laporan.

## B. SARAN

Berdasarkan dari pengalaman penulis selama masa Kuliah Kerja Media, penulis dapat memberikan saran – saran yang mungkin bermanfaat untuk CV. Dini Mediapro :

1. Tanamkan kedisiplinan pada seluruh karyawan, agar hasil kerja dapat diselesaikan dengan baik.
2. Berikan sarana pekerjaan yang memadai bagi para karyawan agar hasil kerjanya baik.
3. Diperlukan suasana dan ruang yang nyaman serta *team work* yang terorganisasi yang mampu menunjang kenyamanan para karyawan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.
4. Diharapkan bisa mencakup klien-klien dari luar daerah Jogja.

Adapun untuk program D3 Periklanan, penulis mempunyai saran yang mungkin juga bermanfaat yaitu :

*commit to user*

1. Menambah mata kuliah dan SKS Desain Grafis sehingga mahasiswa memiliki bekal yang cukup untuk terjun kedunia kerja mengingat perkembangan di dunia grafis yang cepat.

DAFTAR PUSTAKA

Hahn, Fred E dan Mangun, Kenneth G. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*, Jakarta : Grasindo, 1999

Holey, H. Leonard, Jr. CAE, CMP. 2006. *Event Marketing*. Jakarta : PPM,

Khasali, Rhenald. Menejemen Periklanan. Jakarta : PT. Pustaka Utama, Grafiti, 1995

Suseno, KRMT Indro “Kimpling”. *Cara Pintar Menjadi Event Organizer*, Yogyakarta : Andi, 2005

Suseno, KRMT Indro “ Kimpling”. *Untung Besar Bisnis Event Organizer, Ilmu Sukses di Balik Proses*. Yogyakarta : Indonesia Cerdas, 2009,