Macam-macam event organizer

1. MICE (Meeting, incentive, convention, exhibition)

MICE sudah ada sejak dulu. Event organizer ini bisa menangani baik acara formal maupun non formal. [Ide bisnis kreatif](https://kupasbisnis.com/cara-memulai-ide-bisnis-kreatif-untuk-anak-muda/) sangat dibutuhkan. EO akan merencanakan segala sesuatu yang berhubungan dengan acara klien. Mulai dari waktu pelaksanaan, tempat pelaksanaan, jumlah peserta dan lain sebagainya. Bahkan, EO akan memberikan beberapa masukan terkait dengan acara yang akan dilaksanakan ini.

2. Pesta pernikahan

Pesta pernikahan menjadi acara yang amat penting bagi seseorang. Dalam bidang ini, Event Organizer sering disebut sebagai Wedding Organizer. Tugas WO ialah merencanakan segala aspek tentang suksesnya acara pesta tersebut, mulai dari keperluan pengantin, hingga fasilitas untuk tamu undangan.

3. Pesta ulang tahun

Jika ingin mengadakan pesta ulang tahun dalam skala lumayan besar, tidak ada salahnya menggunakan jasa event organizer. Biasanya, orang mengadakan pesta spesial di usia 17 tahun. Ada tema tertentu yang ingin diusung untuk memeriahkan pesta tersebut, nah peran EO sangat penting supaya acara bisa berjalan dengan lancar.

4. Musik dan hiburan

Macam-macam event organizer selanjutnya ialah untuk acara musik dan hiburan. EO akan bertugas dalam menyusun acara mulai dari tanggal konser, tempat, bahkan sampai meminta artis tertentu untuk mengisi acara tersebut.

5. Acara pertemuan keluarga

Acara pertemuan keluarga bisa menjadi moment membahagiakan di mana semua anggota keluarga bisa bertemu. Bahkan, ada beberapa acara yang turut mengundang anggota komunitas atau perusahaan agar hubungan makin erat.

Event Organizer akan bertugas merencanakan dan menyiapkan segala keperluan untuk acara ini, mulai dari MC, waktu, keperluan peralatan, dan lain sebagainya.

Macam-macam event organizer tersebut biasa digunakan oleh kebanyakan orang. Jika Anda berencana membuat suatu acara tertentu, tidak ada salahnya meminta bantuan jasa event organizer. Sehingga acara Anda bisa berjalan dengan lancar dan sukses.

**Contoh event organizer musik**

[May 02, 2017](http://loudsoundmusic.blogspot.com/2017/05/contoh-event-organizer-musik.html)

**EVENT ORGANIZER**

**Definisi**  
Event Organizer (EO) adalah penyedia jasa profesional penyelenggara acara dan bertugas melaksanakan keinginan klien untuk mengerjakan acaranya mulai dari konsep, persiapan, eksekusi dan evaluasi acara. Orang yang bekerja di Event Organizer harus siap berpikir kreatif dan dinamis.

**Jenis EO berdasarkan bidang kerja**

a.   Brand Activation adalah EO yang secara spesifik membantu client-nya untuk mempromosikan produknya untuk  peningkatan penjualan, peningkatan pengenalan produk ke konsumen dan dengan berinteraksi langsung ke target marketnya/konsumen.

b.  [**MICE**](https://www.blogger.com/null)(Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) adalah EO yang bergerak di bidang penyelenggaraan acara berbentuk pertemuan seperti rapat, gathering dan outbound suatu perusahaan.

c.       Entertainment adalah EO yang memiliki spesialisasi di bidang hiburan terutama konser music baik artis local maupun internasional.

d.     Private Organizer adalah EO yang bergerak menyelenggarakan acara yang bersifat pribadi atau tertutup untuk umum seperti;

-      Wedding Organizer  (WO) adalah EO yang mengkhususkan diri membantu klien mengadakan pesta pernikahan.

-          Birthday Organizer adalah EO yang ahli membuat pesta ulang tahun.

-          Private Party Organizer dalah EO khusus yang bergerak untuk penyelenggaraan pesta pribadi terutama bagi orang kaya.

***Syarat Strategis Event Organizer***

**a.**      **Mengelola  Dengan Baik Dan Profesional**

Mengumpulkan beberapa orang yang akan mengerjakan tugas dengan bagian-bagian tersendiri. Pilih orang yang kita sudah tahu kapasitasnya atau buka lowongan pekerjaan untuk bagian tertentu. Terapkan  metode “teamwork and leadership”. Bekerja di dunia EO adalah “**teamwork**”, tidak ada sebuah event yang bisa dikerjakan sendiri, pasti kita akan butuh sebuah *teamwork* dan *decision maker* yang harus dibuat dalam waktu singkat.

**b.**      **Mempunyai Spesifikasi**

Banyak spesifikasi event organizer seperti Exhibition Organizer, Wedding Organizer, Marketing Communication Activity Organizer, MICE Organizer, Party Organizer dll. Pilih salah satunya dan  pelajari seluk beluknya. Fokus pada satu segmen. Jika ingin terjun ke segmen lainnya bentuklah tim khusus untuk menanganinya tanpa melibatkan tim yang sudah ada.

**c.**      **Kemampuan Presentasi Dan Bernegosiasi**

Salah satu kunci utama EO adalah memiliki kemampuan mempresentasikan sebuah proposal menjadi suatu proyek dan negosiasikan sebuah proyek menjadikan keuntungan. Sangat penting dalam meyakinkan klien atau sponsor untuk mengerjakan acara mereka

**d. Persiapan Yang Matang**

Keberhasilan sebuah event sangant bergantung pada persiapan event tersebut. Bahkan kesuksesan sebuah event dapat diprediksi dari faktor kesiapan ini. Persiapan bisa dimulai dari membentuk teamwork dan pembagian tugas masing-masing personal, budgeting yang benar, perijinan venue dan keramaian dan mempunyai rencana antisipasi masalah non tehnis. Yang lebih penting lagi adalah selalu kordinasi dengan tim maupun klien.

**e.**   **Mempunyai Relasi Sponsor Dan Database**

Setiap EO biasanya memiliki sponsor atau klien sendiri. Untuk mencari klien baru dibutuhkan database dan relasi untuk mempermudah proposal diterima kebagiannya. Selain database sponsor juga perlu database vendor, pengisi acara, venue dll yang sewaktu waktu pasti dibutuhkan.

**h.**  **Utamakan Kualitas**

Klien akan selalu menilai kualitas pengerjaan suatu acara. Kualitas yang dimaksud diantaranya kerapian pengerjaan produksi, rundown tepat waktu, ketertiban yang dijaga, tim yang solid dan kemampuan menghadapi kendala tehnis. Jika semua bisa teratasi tidak menutup kemungkinan jasa EO akan digunakan lagi oleh klien.

**Tahapan Penyelenggaraan Acara**

Langkah umum dalam menyelenggarakan acara adalah sebagai berikut;

a.       Konsep

b.      Persiapan

c.       Eksekusi

1. **Konsep**

Dalam setiap pembuatan konsep event, kita harus melihat spesifikasi produk dan sasaran konsumen. Konsep yang kreatif dan inovatif sangat mendukung terealisasinya sebuah acara. Salah satu membuat konsep dengan melihat apa yang terjadi di sekitar kita baik secara local maupun internasional. Waktu atau *timing* bisa untuk pembuatan konsep. Konsep terbagi menjadi tiga yaitu;

1. Konsep baku, yaitu konsep yang sudah ada dari klien dan EO tinggal mengerjakaan sesuai keinginan klien.

2. Konsep Orisinil, yaitu konsep yang dibikin EO sendiri dengan melihat potensi yang ada dimasyarakat.

3. Konsep kombinasi, yaitu konsep dari klien yang dipadukan konsep dari EO atau sebaliknya.

**Persiapan**

1. Pembuatan time schedule event. Mulai dari pembuatan proposal, eksekusi dan
2. Menuangkan konsep dalam bentul proposal.
3. Membentuk tim sesuai kebutuhan event dan diberi penjelasan detail pekerjaan.
4. Menghubungi perijinan tempat dan kepolisian dan pengisi acara.
5. Menyebarkan proposal ke sponsor yang sesuai dengan konsep acara.
6. Menghubungi seluruh supplier/vendor.
7. Melakukan kontrak kepada semua pihak (sponsor, vendor dan pengisi acara)
8. Penyebaran publikasi.
9. Melakukan technical meeting dengan seluruh pendukung acara.
10. Membuat checklist event secara detail dan memantau perkembangan pekerjaan vendor/supplier.
11. **Eksekusi**
12. Memposisikan orang berpotensi dan sesuai dengan bidangnya misalnya stage manager, produksi dan general affair.
13. Memantau ketat pengerjaan vendor di venue.
14. Rundown acara yang tepat waktu.
15. Selalu menjaga kualitas event dengan konsep harus sesuai dengan apa yang telah dipresentasikan awal kepada klien.
16. Sesering mungkin meng-announce produk klien kepada audience, atau ucapan terima kasih.
17. Menjaga keamanan dan ketertiban event
18. Mendokumentasikan setiap aktifitas event untuk kebutuhan pembuatan ***Event Report***yang biasa digunakan untuk syarat pelunasan biaya sponsor.

**MERANCANG EVENT**

Event seperti konser music, pertunjukan seni, pameran, karnaval dan lainya juga merupakan salah satu daya tarik wisata yang mampu menggerakan roda perekonomian suatu daerah. Event juga dapat digunakan sebagai sarana promosi daerah, secara lebih spesifik mungkin prmosi destinasy wisata. Banyaknya event yang di suatu daerah akan berdampak signifikan terhadap popularitas dan citra positive suatu daerah/ destinasy wisata. Banyaknya event yang digelar merupakan cerminan adanya kreatifitas dan eksistensi suatu komunitas/ masyarakatnya. Event yang sukses terselenggara di suatu kawasan juga mampu memberi kesan bahwa kasawan tersebut aman, nyaman, serta menarik untuk dikunjungi.

               Event yang berlangsung sukses tentu merupakan hasil dari penerapan sistem manajemen pengelolaan yang tepat (efektif dan efisien), yang diterapkan oleh pengelola yang cerdas. Pengelola yang saya maksud disini adalah penggerak atau inisiator adalah masyarakat, komunitas, maupun event organizer professional. Sedangkan strategi yang saya maksud adalah mengenai “bagaimana suatu event dapat terselenggara dengan sukses”sehingga pada akhirnya akan membawa keuntungan kepada pengelola baik berupa keuntungan materi maupun non materi.

Keuntungan materi adalah keuntungan yang diperoleh dari hasil laba dalam bahasa event sering disebut saldo event yang berwujud uang. Keuntungan materi dapat diperoleh dengan cara penggunaan modal yang efisien. Sedangkan keuntungan secara non materi adalah kepuasan batin dan kebanggan pengelola atas suksesnya acara, semakin banyaknya relasi, serta meningkatnya populeritas dan citra positif suatu daerah tempat dimana event tersebut berlangsung. Kelancaran pelaksanaan event tentunya berkaitan dengan kinerja sistem pengelolaan yang efektif.

ada dasarnya perencanaan event juga mengacu pada strategi bisnis 4 fungsi terpadu, pemasaran, operasional, keuangan, dan personil/kepanitiaan. 4 hal diatas harus dicermati sejak pembuatan proposal agar event yang direncanakan dapat terlaksana dengan sukses. Karena hampir semua dari kita sudah dapat membuat proposal event, maka dalam tulisan ini penulis akan langsung membahas pada point intinya yaitu konsep 4 fungsi terpadu yang saya sebutkan diatas. Konsep tersebut akan saya jabarkan menurut literatur dan informasi berdasarkan sudut pandang dan pengalaman para pelaku event yang beberapa merupakan teman dekat saya. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh pengelola event yaitu dalam hal :

**1. Perencanaan operasional**

**a.**     **Tempat pelaksanaan event.**

Tempat event atau venue (bangunan) merupkan faktor penting yang harus segera kita tentukan. Ketika kita akan menghubungi penampil (bintang tamu pentas) sebenarnya informasi tempat harus sudah ditentukan, walaupun sifatnya masih sementara. Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan tempat.

1)    Outdoor atau indoor, jika segmentnya pelajar mahasiswa dengan tiket terjangkau pilihlah outdoor sebagai tempat penyelenggaraan event karena dapat menampung diatas 5000 penonton. Atau jika harus di indoor, pilihlah auditorium kampus, gedung olahraa, gedung teater kapasitas 2000 penonton dan tidak ada fasilitas AC. Sewa gedung semacam ini lebih realistis. Sesuaikan dengan bugjed dan sponsor yang kita miliki.

2)    Aksebilitas, faktor jarak dan kemudahan dijangkau oleh transportasi. Pilih yang dekat dengan keramaian (kota) untuk meminimalkan sepinya peminat. Jika di daerah terpencil perhatikan apakah daerah tersebut iconic dan bernilai budaya, sebagai contoh di daerah saya Piyungan, ada kompleks ziarah makam sunan geseng. Walaupun tempat saya terencil tapi setiap rosulan (moment kelahiran Nabi Muhammad SAW) selalu  ada event pesta rakyat (pasar malam, wayang, pasar murah, pertunjukan ketoprak) yang selalu ramai pengunjung karena daerah ini sudah iconic dan memiliki nilai sejarah dan budaya.

*3)*    Kelengkapan tempat, paling vital mengenai kelistrikan. Jangan terkecoh dengan harga sewa yang sepintas murah, tetapi setelah kita hitung-hitung jadinya malah membengkak misalnya :*sewa tempat? venue A Rp. 5.000.000 paket lengkap perhari, di banding venue B Rp. 3.000.000. Sepintas harga penawaran di Venue B lebih murah, namun setelah kita telusuri di venue B harga belum termasuk pemakaian daya listrik 100kva, perhari Rp. 1.000.000 (biasanya perlu, minimal 2 hari), sewa kursi harus di tempat itu, tersebut termasuk catering yang harganya lebih mahal 20% dari harga standart pasar, ruang gudang harus sewa lagi, petugas kebersihan dan keamanan harus bayar lagi, pada akhirnya kita total paket B jadi lebih mahal.*

*4)*    Faktor keamanan penonton, surve tempat mutlak harus kita lakukan, dimana panggung harus didirikan, dimana zona penonton berkumpul apakah cukup nyaman dengan pertimbangan jumlah dan kepadatan pengunjung, personil keamanan, tipe karakteristik pengujung (missal dalam pertunjukan dangdut atau konser music punk  biasanya pengunjung jarang sekali tertib), bagaimana arus masuk pengunjung dan perputaran didalam, peralatan keselamatan dan evakuasi, semua harus kita rencanakan, diperhitungkan, digambar pada layout dengan detail skala yang rinci untuk kesesuaian daya dukung lokasi, kesiapan petugas terhadap target jumlah dan segment pengunjung

**b.**    **Perijinan**

Sebagai pengetahuan mengenai pengurusan tempat ijin harus terlebih dahulu menyelesaikan urusan tempat event, sampai kita mendapatkan surat resmi rekomendasi dari pengelola tempat tersebut. Perijinan harus diurus terlebih dahulu termasuk konsekuensi biaya yang muncul. Ututan pengurusan izin pentas atau event adalah :

1)    Mengurus  rekomendasi dari Pemda setempat biasanya di Dinas Pariwisata atau Dinas Pendidikan dan Kebudayaan. Tergantung kebijakan masing-masing daerah.

2)    Surat rekomendasi dari pemda, dilampiri surat rekomendasi dari pengelola tempat (venue/gedung) dan *proposal acara lengkap*, kemudaian digunakan untuk mengurus surat ijin pelaksanaan dari kepolisian (Kapoltabes atau Kapolres setempat).

3)    Biasanya kalau event kita dilaksanakan di outdoor yang rencananya akan dihadiri lebih dari 2.000 peserta maka kita harus mengajukan surat tambahan ke Kapolda dengan melampirkan surat ijin dari (Kapoltabes atau Kapolres setempat).

4)    Apabila even kita akan diisi oleh artis/penampil luar negeri kita harus melapor ke seksi Pengawasan Orang Asing (POA) di Polda setempat. Bersamaan saat pengurusan ijin.

**c.**      **Bintang Tamu Berikut Ridernya**

Untuk urusan penampil kita harus mengetahui tentang istilah rider, biasanya harga/ tarif artis penampil yang disebutkan oleh artis belum termasuk rider. Rider adalah istiah bagi permintaan-permintaan tambahan bagi artis dalam mendukung perfomanya. Belum tentu artis yang murah ridernya murah. Misalnya tarif grup band X adalah Rp. 50.000.000, bisa jadi ridernya lebih mahal dari tarifnya karena untuk dia tampil menuntut juga disediakan tiket pesawat kelas VIP, hotel bintang 5 untuk istirahat, panggung harus begini-begitu, sound sitem harus merek tertentu, tambahan alat music tertentu. Kita bisa membicarakan secara detail sebelumnya secara keseuruhan dengan manajer artis tersebut sebelumnya. Kasusnya hampir sama seperti saat kita memilih venue.

**d.**    **Akomodasi Hotel untuk Penampil**

Pilihlah yang sesuai, hotel dengan nama dan kategori tertentu biasanya mencerminkan fasilitas dan harga tertentu pula. Sesuaikan dengan kebutuhan penampil dan kebutuhan event. Anda juga dapat negosiai masalah tarif dan pelayanan dengan pengelola hotel.

**e.**      **Perlengkapan Penujang Lain**

event selalu berhadapan dengan kebutuhan perlengkapan tertentu, khusus mengenai pementasan yang akan digelar perlengkapan misalnya :

1)    Stage, panggung memiliki benyak jenis mulai dari kayu hingga dengan penyangga besi (scaffolding) hingga panggung modern dengan konstruksi besi semua.

2)    Panggung operator sound system dan lampu, tepat di tengah depan panggung dengan ukuran biasanya 3 x 4 meter.

3)    Peralatan penampil/artis/band, yang wajib diperhatikan adalah bahwa alat yang digunakan satu band terkadang harus dibedakan dengan band lainya. Otomatis harus menyediakan 2 set alat band.

4)    Gambar blocking (penempatan titik), harus membuat gambar denah lengkap, termasuk blocking alat, blocking petugas keamanan, petugas kesehatan, mobil pemadam kebakaran dll. Gambar ini harus dikuasai seluruh tim produksi, harus dikuasai benar situasi gambar dengan ondisi real di lapangan sehingga memudahkan bagi semua pihak.

5)    Meja kursi, berapa jumlah kursi VIP/ kursi penonton+cover lipat, berapa jumlah yang harus disediakan, berapa lama penyediaan. Sempat pernah saya menemukan acara wisuda yang penyediaan kursi senatnya kurang, padahal barisan senat (VVIP) sudah mau duduk. Suatu hal sepele yang seharusnya dapat dihindari dengan perencanaan dan perhitungan sebelumnya.

6)    Pagar

Pagar penonton untuk membatasi area penonton dengan area panggung, pagar untuk memisahkan kelas tiket tertentu dan kelas tiket lainya.

7)    Conter penjualan tiket, harus dipilih lokasi yang strategis, memikirkan juga teknis penyimpanan uang, kemungkinan kepadatan pengunjung yang akan membeli tiket, berapa titik loket yang harus kita sediakan dengan target pengunjung berjumlah sekian.

8)    Fasilitas toilet dan rest room, kalau event kita di indoor tidak begitu rumit, lain halnya jika event kita di out door kita harus menyediakan *mobile toilet.*

9)    Lampu penerangan, lampu terang umum dipasang di tempat penjualan tiket, tempat parkir, pintu masuk penonton, sekitar toilet, lorong transit, ruang belakang panggung.

10)                       Ruang transit penampil

11)                       System komunikasi, biasanya memakai HT yang lebih efektif dan efisien. Biasanya dipegang oleh beberapa tim yaitu :

-         Petugas sound enginer

-         Petugas lighting

-         Petugas dan koordinator keamanan umum

-         Stage manager

-         Wakil stage managaer (kiri dan kanan)

-         Petugas peralatan umum

-         Petugas multi media

-         Penanggung jawab produksi

        Butuh juga megaphone untuk mengarahkan pergerakan masa/ pengunjung

12)                       Pawing hujan, boleh percaya boleh tidak

13)                       Sumber daya listrik / Jenset, untuk indoor dengan kapasitias penonton dibawah 1.000 dengan penerangan panggung sederhana orang cukup dengan daya 50 kv (5.000 watt). Untuk outdor mungkin akan lebih baik diatas 150kv. Pilih genset dengan system *silent genset*yang lebih tenang.

14)                       Tim kesehatan, kerjasama dengan PMI puskesmas setempat.

15)                       Pemadam kebakaran

16)                       Jadual rinci / Rundown

17)                       Sound system, lighting beserta operatornya pilihlah yang memiliki hubungan relasi dengan anda agar urusan menjadi mudah, dan tanggung jawab.

**f.**      **Dekorasi**

Meliputi backdrop, aksesoris panggung, pintu masuk, giant screen, penataan materi promosi (banner/ spanduk/ neon box) dan seterusnya disesuaikan dengan kebutuhan, selera dan bugjed.

**g.**     **Konsumsi**

Perhitungkan :

1)    Konsumsi rapat, snack-snack ringan

2)    Konsumsi untuk artis, 3 kali makan perhari atau mentahnya saja (uang)

3)    Konsumsi panitia pada waktu persiapan

4)    Konsumsi sekertariat

5)    Konsumsi petugas-petugas

6)    Konsumsi penonton jika ada

7)    Air mineral tambahan

8)    Konsumsi penampil (artis) diluar jadwal

9)    Konsumsi konferensi pers jika ada

Konsumsi sebaiknya dihitung lebih banyak sedikit

**h.**    **Dokumentasi**

Kegiatan apa saja yang pelu kita dokumentasikan, jenis dokumentasi cetak/digital. Saat ini kita sangat terbantu dengan adanya kamera digital. Lebih hemat.

**i.**       **Transprotasi**

1)    Transportasi penampil antar kota dengan pesawat pulang pergi kelas menyesuaikan.

2)    Transportasi lokal penampil

3)    Trnasportasi panitia khusus

4)    Penggantian uang bensin, dapat menggunakan mobil pribadi panitian namun uang banesin tetap harus dibicarakan sejak awal.

**2.**    **Pemasaran dam Promosi**

Suatu yang tak kalah penting dalam merencanakan event adalah mengenai pertimbangan promosi atau publikasi, kapan dimulai promosi? Strategi apa agar tepat sasaran. Ingat sesempurna apa desain event kita rancang tanpa promosi yang efektif hasilnya tidak akan maksimal, karena sasaran tidak tahu akan adanya event, publikasi yang mendadak atau mungkin pesan yang disampaikan kurang menjual, ini mengakibatkan masyarakat kurang mengerti daya tarik/ manfaat event kita, sehingga minat untuk berkunjungnya kurang. *“Ibarat mutiara yang cantik tetapi terkubur dalam tanah yang dalam siapa yang dapat melihat”.*

Kembali lagi ke pembahasan kita mengenai bagaimana strategi promosi event yang tepat. Indro Kimpling Suseno menyebutkan beberapa teknik dan stratgei promosi yang biasa dipakai pengelola event organizer.

**a.**     **Promosi Melalui Media Cetak**

Memasang iklan di media cetak memerlukan strategi yang tepat terutama *pemilihan waktunya, penempatan halaman iklan.* Mungkin iklan kita merupakan hasil kerjasama sponsorship dengan media, tidak berate penempatan halaman boleh sekenanya.

     Tips dari seorang professional *“kita sebaiknya mengarahkan iklan kita di media cetak/koran, di halaman rubik hiburan, kalau bisa di halaman ganjil (sudut pandang kanan dari pembaca).”*Sudut pandang kanan secara psikologis akan cenderung diamati oleh pembaca lebih dahulu (katanya).

     Jika memasang lebih dari satu media cetak diusahakan tidak mengatur waktu pemuatan pada hari dan tanggal yang sama. Jika diperlukan dimuat pada waktu yang sama, munculkan iklan ada H-1. Yang perlu diperhatikan juga saat iklan media cetak dimuat, tiket yang kita jual harus sudah siap 100% di counter-counter yang ditunjuk dengan rentang waktu ideal H-12 sebelum pelaksanaan event iklan sudah dimulai.

**b.**    **Iklan Radio**

Penayangan spot iklan radio biasanya penuh 12 hari sampai hari H, dengan minimal 5 kali spot perhari. Jangan lupa kita yang membuat draf tulisan untuk materi spot, perkiraan durasi 60 detik.

**c.**      **Penyebaran Leaflet**

Bisa disebar laungsung di titik-titik keramaian seperti mall, event lain dan seterusnya, maupun dititipkan di toko-toko, kafe, ditipkan di dalam kemasan majalah dan seterusnya.

**d.**    **Poster**

Pasang di titik-titik strategis dan beretika

**e.**      **Baliho di Pojok Jalan-Jalan Utama Kota**

Pertimbangkan bugjed untuk biaya perijinan

**f.**      **Broad Case di Sosial Media**

Untuk saat ini merupakan promosi melalui sosial media merupakan trik yang paling ampuh, yaitu memasukan konten iklan di grup-grup facebook yang berkaitan, twitter, BBM dan sebagainya.

**3.**    **Keuangan**

Keuangan juga merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam kepengelolaan event, kepiawaian seorang pengelola keuangan (bendahara) serta komitment alokasi dana masing-masing seksi akan sangat menentukan kelangsungan event yang akan kita laksanakan. Ada tiga kondisi yang sangat memperngaruhi keuangan event, diantaranya :

a.     Penyusunan kontrol anggaran

Tidak semua anggota panitia mampu menganggarkan, banyak aspek yang harus diperhatikan dengan jeli dan kritis dalam menyusun anggaran. Misalnya dalam hal pemilihan gedung mana yang akan kita pakai, dengan fasilitas komplit namun lebih efisien dst.

b.     Target pemasukan dari sponsor.

Setelah kita menyusun anggaran yang cukup realistis kita juga harus menentukan alternatif anggaran lain, plan A, B, C, sehingga misalnya kita pakai plan A dengan estimasi bugjed Rp. 100.000.000,- sampai minggu ke empat setelah proposal kita sebar namun dana yang masuk dari sponsor belum mencapai target 60%. Panitia harus memakai plan anggaran B, C atau D sebagai alternatif kedua. Bugjed harus diturunkan 20 % sampai 40 %. Pencari dana juga harus bergerak lebih cepat dan menambah jumlah proposal yang disebar.

c.      Pengelolaan hasil jual tiket.

Kadang kesalahan terjadi saat kita memasukan estimasi hasil penjualan tiket ke dalam rencana dana masuk. Tidak memasukan hasil penjualan tiket ke dalam perkiraan pemasukan dalam anggara adalah lebih aman. Yang wajib dicermati adalah berapa jumlah tiket gratisan, hal ini jarang dapat kita hindari misalnya “kita memiliki personil EO sejumlah 30 orang, setiap orang memasukan satu saudaranya ke dalam konser yang kita gelar dengan tiket gratisan, berarti sudah ada blog pemasukan tiket 30 orang. Belum lagi ditambang undangan gratis untuk sponsor, pejabat, relasi, dll.

Belum lagi misalnya potongan vee untuk mitra penjualan tiket kita yang rata-rata 10% dari harga tiket.

Pengelolaan keuangan penting jika untuk cermat dalam penentuan anggaran, mengatur uang masuk, mengatur pembayaran dan seterunya yang jika dijabarkan semua akan sangat banyak bahasan kita.

**4.**    **Kepanitiaan**

|  |
| --- |
|  |
| *Penulis bersama tim panggung* |

Dalam hal pembentukan panitia adalah dipilih orang-orang yang kompeten, kompak dan solid terutama di panitia inti seperti ketua, bendahara, sekertaris, humas dan lain-lain. Untuk kru operasional biasanya panitia akan menambah personil dari pekerja partime. Yang wajib diperhatikan juga adalah dalam hal memilih kandidat, pilihlah yang orang-orang yangmemiliki visi dan berprioritas sama yaitu terselenggaranya event dengan sukses dan lancar. Jangan sampai personil tim yang kita rekrut terdapat orang-orang yang memiliki tujuan lain, memanfaatkan situasi untuk keuntungan pribadi, atau ada motif bisnis lain di dalam bisnis event kita mengingat sering adanya lobi-lobi dari vendor-vendor event kita. Oknum-oknum seperti ini sering ada baik dalam personil EO professional maupun pemula.

Sumber :

Indro Kimpling S. 2006. *Cara Pinter Mengelola Keuangan EO*. Yogyakarta : Galangpress