

Running Event “Trackpresso: 5K Color Run 2024 di Kota Semarang, Jawa Tengah”

sebagai *Creative & Design Manager*

Rafdil Al Ghifari, Yanuar Luqman, Agus Naryoso

rfdilal2406@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> Email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This project delves into all the preparations and execution of the Trackpresso: 5k Color Run 2024 event. Anak Panah Kopi, as the client, collaborated with the project team based on the desire to create an event that was trending in recent months. As a foundation for this project, this report utilizes the event management framework outlined in Joe Goldblatt's book "Special Events," which details event execution through five stages: research, design, planning, coordination, and evaluation. The Trackpresso: 5K Color Run event targeted 150 participants and was held on August 24th in Semarang. The results of this report indicate that the event was executed as planned, with 150 participants taking part in the Trackpresso: 5K Color Run. In fulfilling the roles of Creative Manager and Production Manager for this event, the team successfully achieved the set targets, including the creation of the event logo, design of Instagram content, and procurement of production goods for each event. Thus, the creation of the event logo, the target of Instagram posts for Olahraga Nusantara from June to August 2024, the procurement of production goods for the MLBB Competition event, and the procurement and sourcing of production goods for the Trackpresso: 5K Color Run 2024 event were all fulfilled. This report recommends that the Trackpresso: 5K Color Run 2024 project can contribute to the academic field by providing a framework for preparing similar events..

Key Word : Project, Event Running, Trackpresso : 5k Color Run

ABSTRAK

Karya bidang ini membahas seluruh persiapan dan pelaksanaan kegiatan Trackpresso: 5k Color Run 2024. Anak Panah Kopi sebagai klien bekerjasama dengan tim karya bidang didasarkan adanya keinginan untuk membuat acara yang sedang tren pada beberapa bulan belakangan. Sebagai dasar dari melakukan Karya Bidang ini, Laporan ini menggunakan kerangka manajemen acara yang tertera dalam buku “Special Events” oleh Joe Goldblatt, yang menjelaskan pelaksanaan acara ini melalui lima tahapan, mulai dari riset, desain, perencanaan, koordinasi hingga evaluasi. Kegiatan Trackpresso: 5K Color Run memiliki target audiens sebanyak 150 peserta yang dilakukan pada 24 Agustus di kota Semarang. Hasil

dari laporan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan acara sesuai dengan apa yang sudah ditargetkan sebelumnya, yaitu sebanyak 150 peserta yang telah mengikuti kegiatan Trackpresso: 5K Color Run. Dalam menjalankan peran sebagai *creative Manager* dan *production Manager*, dalam acara ini berhasil mencapai target yang sudah ditentukan, yakni pembuatan logo acara, desain konten Instagram, serta pengadaan barang produksi dari masing – masing acara. Dengan demikian, pembuatan logo acara, target *postingan* Instagram Olahraga Nusantara bulan Juni hingga Agustus 2024, pengadaan barang produksi acara MLBB *Competition*, pengadaan dan pencarian barang produksi acara Trackpresso: 5K Color Run 2024 telah terpenuhi. Laporan ini merekomendasikan dengan adanya Karya Bidang Trackpresso: 5K Color Run 2024 ini mampu memberikan kontribusi di bidang akademis dalam mempersiapkan sebuah event serupa.

Kata kunci : Karya Bidang, Running Event, Trackpresso: 5k Color Run

PENDAHULUAN

Anak Panah Kopi (APK) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang *Food and Beverages* yang didirikan sejak tahun 2017. Sejak awal, Anak Panah Kopi hadir dan menyediakan produk - produk berkualitas yang diolah oleh para tenaga profesional tiap bidangnya, sehingga menghasilkan produk - produk bermutu tinggi. Ujung runcing yang selalu dimiliki Anak Panah memiliki filosofi yang sama dengan APK untuk terus melesat dengan tajam mencapai kesuksesan pada bidang *food & beverages*. Anak Panah Kopi termasuk salah satu *coffee shop* terbesar di Jawa Tengah yang mampu berkembang dan bertahan, baik di kota Semarang maupun di kota - kota besar lainnya. Hal ini diwujudkan dengan mampunya APK mendirikan 13 outlet di area Jawa Tengah dalam jangka waktu 6 tahun dengan segmentasi pasar yang luas, dimulai dari keluarga, pelajar, mahasiswa, dan pekerja. *Social Coffee*

merupakan tema yang diusung oleh APK dengan menyesuaikan segmen yang disasar, bahwa APK akan menjadi *coffee shop* yang nyaman dan bahkan menjadi rumah kedua bagi seluruh kalangan. Membangun dan menjalin hubungan yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan APK dalam menciptakan suasana kekeluargaan dan *sense of belonging* yang kuat, yang mampu memunculkan komitmen, loyalitas, serta motivasi para staf untuk selalu memberikan pelayanan terbaik kepada para *customer* sehingga tercipta koneksi yang mengundang *customer* untuk kembali lagi ke APK.

Dengan pesatnya pertumbuhan *coffee shop* di Kota Semarang banyak pengusaha menjadikan hal ini sebagai peluang karena banyak diminati oleh masyarakat. Tingginya minat mengkonsumsi kopi menjadikan prospek yang bagus bagi pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang membangun *coffee shop* dengan konsep baru yang *instagramable* dan industrial di Semarang.

Meningkatnya *trend* berkumpul dan nongkrong dengan minum kopi di *coffee shop* menjadikan para pengusaha lebih kreatif. Pergeseran pola hidup masyarakat modern turut mengubah peran kedai kopi atau *coffee shop*. Kini, kedai kopi tak hanya berfungsi sebagai tempat memuaskan kebutuhan pangan, tetapi juga menjadi ruang untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Gunawan & Syahputra, 2020). Oleh karena itu, pengusaha *coffee shop* di Kota Semarang harus bisa meningkatkan keunggulan usahanya agar dapat bersaing di pasar. Berbagai *event* lari bermunculan di berbagai kota di Indonesia, mulai dari skala lokal hingga internasional. Perlombaan lari tak hanya menjadi ajang adu kecepatan, tetapi juga sebagai strategi pemasaran *brand*, perayaan hari besar, bagian dari penggalangan dana, hingga pengenalan visi misi organisasi, dan branding komunitas (Hinch & Ito, 2018). Pada tahun 2024 ini, Anak Panah Kopi kembali ingin membesarkan target pasar mereka ke segmen olahraga terutama pada para penggemar *sport entertainment*.

Dengan pertimbangan diatas, Anak Panah Kopi ingin mengutamakan capaian *brand awareness* dari misi baru ini yang dimulai dengan keinginan Anak Panah Kopi untuk menyelenggarakan kegiatan olahraga yang sesuai dengan tren. Dengan strategi *riding the waves* terhadap tren olahraga, *running* menjadi pilihan yang

menguntungkan bagi Anak Panah Kopi untuk merealisasikan dan mewujudkan misinya, terutama karena sudah banyak masyarakat awam yang melek akan kegiatan yang sedang marak diikuti. Pertama-tama, lari adalah salah satu bentuk olahraga aerobik yang paling mudah diakses dan efektif. Dengan menggelar *event* seperti ini, masyarakat akan didorong untuk aktif bergerak dan terlibat dalam kegiatan fisik yang bermanfaat. Selain itu, *event* ini selaras dengan prinsip Anak Panah Kopi sebagai *coffee shop* yang dapat menjadi tempat berbagai macam *lifestyle* dilaksanakan. Melalui partisipasi dalam *event* lari, masyarakat dapat membangun kehidupan secara aktif dalam olahraga secara berkelanjutan. Tentu hal ini menjadi peluang besar bagi Kami untuk merencanakan, mengeksekusi, dan mengevaluasi *event* dan *media plan* yang efektif untuk mencapai target audiens dan misi baru Anak Panah Kopi.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengadakan acara yang mampu menjaring partisipan sebanyak 150 peserta melalui program Olahraga Nusantara by Anak Panah Kopi pada akhir bulan Agustus 2024..

TINJAUAN PUSTAKA

Event Management

Berdasarkan buku berjudul “Special Events” yang ditulis oleh Joe Goldblatt, manajemen

event memiliki proses yang terdiri dari 5 tahap yaitu *Researching*, *Designing*, *Planning*, *Coordinating*, dan *Evaluating*. Lalu Goldblatt menjelaskan kembali dalam bukunya yang berjudul “*The Wiley Event Management Series*” mengenai proses manajemen *event* terdiri dari 5 tahapan, yaitu :

1. *Researching*

Riset merupakan tahapan awal dalam perancangan suatu *event*. Riset yang dilakukan dengan baik dan matang akan berguna untuk mengurangi resiko serta dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

2. *Designing*

Tahapan kedua merupakan *designing* yang dimana pada tahapan ini mengutamakan seluruh aspek kreatif yang akan dituangkan ke dalam *event* tersebut.

3. *Planning*

Tahap ini merupakan tahapan paling penting dan memerlukan waktu paling lama dalam proses perancangan suatu *event* yang akan dibuat. Tujuan dari tahapan ini adalah agar dapat melaksanakan proses keberlangsungan *event* yang berjalan lancar berdasarkan riset dan prosedur desain yang telah dilakukan.

4. *Coordinating*

Tahapan ini adalah tahapan saat *event* berlangsung. Hal ini merupakan tantangan bagi *Program Manager* karena diperlukan

kemampuan untuk pengambilan keputusan dalam waktu yang singkat.

5. *Evaluating*

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dalam perancangan sebuah *event*, dimana dapat menjadi acuan bagi penyelenggara tentang apa saja aspek yang perlu mereka tingkatkan ketika mengadakan *event* selanjutnya.

DESAIN PERENCANAAN KARYA OBJEK KARYA BIDANG

Dalam merancang sebuah kegiatan, diperlukan sebuah perencanaan untuk mencapai target yang ingin dicapai. Dalam hal ini kami membuat akun media sosial Instagram sebagai salah satu media promosi dan informasi mengenai segala bentuk acara yang akan dilaksanakan serta beberapa *event* guna mensukseskan program terbaru Anak Panah Kopi di bidang olahraga dengan suatu *event* yang relevan dengan apa yang sedang *trend* saat ini.

A. *Official Account Instagram @ragantara.apk*

Akun Instagram @ragantara.apk merupakan media sosial yang kami gunakan dalam penyebaran informasi, promosi, edukasi dan hiburan melalui konten berupa foto dan video. Media sosial Instagram bermanfaat untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dalam penyebaran informasi dan promosi mengenai *event* yang akan

diselenggarakan serta meningkatkan brand *awareness* masyarakat dengan adanya Olahraga Nusantara yang merupakan program baru dari Anak Panah Kopi di bidang olahraga. Kami juga menggunakan *hashtags* #olahraganusantara dan #bersamaAPK yang diharap dapat menambah *awareness* dan *engagement* APK Sport itu sendiri.

B. Rangkaian Acara

a. Nonton Bareng Piala Euro 2024

Di tengah maraknya pertandingan sepak bola di dunia saat ini yang ditandai dengan hadirnya Piala Euro 2024 yang mempertandingkan tim-tim nasional sepak bola di bawah naungan UEFA. Nonton bareng ini menjadi acara pendukung keberhasilan *main event* dengan memanfaatkan momentum Piala Euro 2024 sebagai acara untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand image* bagi Anak Panah Kopi. Berikut merupakan rincian pelaksanaan acara Nobar Piala Euro 2024 :

Tempat : Anak Panah Kopi
Gajahmada

Hari/Tanggal :

- Nobar Semifinal Piala Euro 2024 pada hari Kamis, 11 Juli 2024
- Nobar Final Piala Euro 2024 pada hari Senin, 15 Juli 2024

Waktu : 01.30 – Selesai

b. Mobile Legend Bang Bang *E-sport Competition*

E-Sport merupakan suatu kemajuan teknologi yang terjadi pada saat ini dan belakangan ini sedang banyak diminati hampir semua kalangan usia. *E-Sport* kini tidak hanya tentang *game online* saja, namun *E-Sport* kini telah menjadi sebuah pekerjaan, banyak individu yang bermain *E-Sport* dan mendapatkan uang, bahkan *E-Sport* telah masuk kedalam cabang olahraga pada Asian Games 2018 lalu. Hal ini pun kami manfaatkan sebagai salah satu acara pendukung keberlangsungan program Anak Panah Kopi di bidang olahraga. Dengan adanya kompetisi *E-Sport* ini, diharapkan dapat menjadi wadah bagi para masyarakat, khususnya Kota Semarang untuk mengembangkan potensi dirinya pada cabang olahraga *E-Sport*. Kami juga memberikan hadiah bagi para pemenang nantinya tiap kategori pemenang dan hadiah spesial berupa *merchandise* dari Anak Panah Kopi. Berikut merupakan rincian pelaksanaan acara Mobile Legends Bang Bang :

Tempat : Anak Panah Kopi+
Gajahmada

Hari/Tanggal : Sabtu, 27 Juli -
Minggu, 28 Juli 2024

c. Strava Challenge

Strava merupakan sebuah aplikasi pelacak dan perekam individu menggunakan GPS. Aplikasi ini dapat melacak kecepatan, ketinggian, jarak tempuh, detak jantung hingga dapat menghubungkan ke perangkat lain. Strava biasa digunakan oleh para masyarakat yang suka berolahraga untuk mengetahui informasi dirinya saat melakukan aktivitas. Maka dari itu, kami membuat Strava *challenge* untuk semua kalangan masyarakat dengan menyelesaikan beberapa tahapan.

Terms and Conditions

1. Buka akun Strava dan pilih ikuti Anak Panah Kopi *Challenge*
2. Lari Sejauh 5 Km bertempat di Gor Tri Lomba Juang atau Stadion Diponegoro *Selain itu tidak memenuhi syarat
3. Catat aktivitasmu pada aplikasi Strava
4. Bagikan postingan aktivitas Strava ke *story* Instagram kamu dengan *mention* akun @ragantara.apk
5. Pastikan kamu sudah mengikuti akun @ragantara.apk
6. Akun kalian tidak boleh di *private* / kunci
7. Tunjukkan aktivitas Strava kamu ke kasir Anak Panah Kopi Tembalang atau Anak Panah Kopi Plus Gajahmada

8. Dapatkan Es Kopi Maling Susu atau Regular Tea secara gratis

d. Trackpresso: 5K Color Run 2024

Trackpresso merupakan *event running* pertama yang dilaksanakan oleh Anak Panah Kopi. Maraknya olahraga lari belakangan ini membuat Kami tertarik untuk mengadakan sebuah *event running*. Trackpresso merupakan gabungan dari kedua kata, yakni “Track” yang merupakan sebuah objek untuk mengikuti atau mengejar jejak, dan “Presso” yang diambil dari potongan kata Espresso, yang merupakan jenis kopi. Dalam perancangannya, kami menggunakan konsep *color run* sebagai tema yang diangkat pada *event* Trackpresso ini karena melihat banyaknya *event running* dengan konsep *fun run* ataupun *marathon*, kami mengambil konsep lain yaitu *color run*. Trackpresso: 5K Color Run ini merupakan puncak dari rangkaian acara dari Anak Panah Kopi dalam keberlangsungan program terbarunya di bidang olahraga. Dengan dilaksanakannya *event* ini, diharapkan dapat mempersuasi masyarakat untuk terus berolahraga demi masa depan yang lebih baik.

Tidak hanya itu, kami juga menyediakan sebuah *fun zone* yang merupakan sesi hiburan dengan adanya *tenant sponsor*, *photobooth*, zumba, dan

penampilan DJ yang dapat dinikmati oleh para peserta setelah melakukan aktivitas lari. Selain itu juga, Kami memiliki *doorprize* bernilai jutaan rupiah yang akan diundi pemenangnya dalam *fun zone* tersebut. Hal ini dilakukan untuk memeriahkan acara sekaligus untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand image* dari Anak Panah Kopi tersebut.

Tema dan Tagline Kegiatan

Tema : 5K Color Run

Tagline :“Warnai Langkahmu: Berlari Bersama Anak Panah Kopi”

Tempat dan Tanggal Kegiatan

Tempat : SMK Theresiana (Sebelah APK+)

Waktu : Sabtu, 24 Agustus 2024

Rute Lari

Start : SMK Theresiana - Jl. Pemuda - Jl. Empu Tantular - Jl. Taman Tawang - Jl. Srigunting - Jl. Pemuda - Jl. Imam Bonjol - Jl. Tanjung - Jl. MH. Thamrin - Jl. Moch. Suyudi - *Finish* : SMK Theresiana

SEGMENTASI

Target pasar dari kegiatan ini yaitu :

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia : 12 - 65 tahun
- c. Profesi : Pelajar, Mahasiswa, dan Umum

d. Geografis : Semarang dan sekitarnya

e. Psikologis :

- Memiliki minat terhadap dunia olahraga (sepak bola dan lari).
- Update akan tren yang sedang ramai peminat.
- Gemar bermain dan pernah mengikuti kompetisi *E-Sport*.
- Masyarakat yang suka minum kopi.
- Anggota komunitas olahraga yang berada di Semarang

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Creative Manager

Creative manager bertanggung jawab penuh terhadap semua desain kreatif yang diperlukan setiap acara mulai dari proses perencanaan, hingga eksekusi desain kreatif tersebut melalui koordinasi dengan *program manager*, *marketing manager*, *event manager* dan *staff* perihal segala kebutuhan kreatif. Creative manager juga bertugas memastikan semua rancangan desain kreatif sesuai dengan tema dan konsep dari masing - masing acara yang berlangsung dengan mengkomunikasikan segala bentuk rancangan desain serta keperluan element kepada *staff* agar tidak terjadi kesalahpahaman dan menghindari revisi berulang.

Selama keberlangsungan acara creative manager telah merancang serta

memproduksi sebanyak tiga puluh dua (32) desain logo, konten foto dan video *Instagram*, desain produksi, serta desain *race pack* keperluan acara. Logo *Instagram* olahraga nusantara dan “Trackpresso: 5K Color Run 2024” dibuat berdasarkan riset mendalam dan koordinasi dengan klien yang digunakan sebagai bahan promosi dan identitas dari acara yang berlangsung. Creative manager juga merancang konten yang akan diproduksi untuk akun *Instagram*, baik dalam bentuk video ataupun foto sebagai saluran promosi dan informasi. Desain produksi banner, poster, serta *race pack* sebagai media publikasi cetak.

B. Production Manager

Production manager mempersiapkan segala kebutuhan acara *MLBB Competition* yang merupakan rangkaian acara Trackpresso: 5K Color Run 2024. Pada hal ini, *production manager* berkoordinasi dengan PIC Program mengenai kebutuhan apa saja yang diperlukan selama acara berlangsung. Kebutuhan barang produksi acara komeptisi *MLBB* ini berupa *device* laptop yang digunakan sebagai penghubung ke proyektor dan ditayangkan pada layar monitor tersebut. Selain itu, dibutuhkan *soubd system* yang berguna sebagai sumber suara dari *live streaming* pertandingan yang ditayangkan. Pada hari pelaksanaannya,

production manager mengkoordinasikan segala barang agar berjalan sesuai dengan rencana yang sudah dibuat oleh PIC Program. Pada hasilnya, semua barang yang telah disiapkan berjalan sesuai rencana tanpa ada hambatan yang didapatkan. Hal diatas merupakan tanggung jawab besar *production manager* dalam pengadaan barang yang diperlukan dalam acara *MLBB* turnamen tersebut.

Production manager membantu *marketing manager* dalam mempersiapkan segala kebutuhan promosi berupa poster, *flyer*, *ID card*, dan *BIB Number*. Dalam mempersiapkan kebutuhan promosi seperti poster dan *flyer* telah dikoordinasikan langsung dengan *marketing manager* perihal jumlah cetak poster dan *flyer*, lalu dilakukakan koordinasikan dengan *creative manager* mengenai kebutuhan desain kreatif dari desain tersebut, lalu dikirimkan kepada pihak percetakan yang masuk dalam proses pembuatan.

Kegiatan selanjutnya adalah pencarian vendor serta pembuatan produksi *tote bag* untuk keperluan *race pack* acara. *Production manager* menetapkan satu vendor pembuatan produksi *tote bag*. Setelah proses pencarian serta perbandingan masing – masing vendor, *production manager* menetapkan vendor dari Riyanti Offset

yang berada di daerah Semarang. Setelah itu, *production manager* melakukan koordinasi dengan *creative manager* mengenai desain kreatif yang dipergunakan dalam *tote bag* tersebut. Dalam hal ini, penulis menerapkan ajaran yang ada pada mata kuliah Ilmu Komunikasi yaitu Teknik Lobi dan Negosiasi yang dimana penulis melakukan hal tersebut ketika melakukan komunikasi dengan pihak vendor mengenai kesepakatan perihal harga hingga desain yang akan digunakan untuk keperluan produksi *tote bag* tersebut. Jumlah *tote bag* yang dibutuhkan untuk acara ini sebanyak 170 buah yang nantinya akan diberikan kepada masing – masing peserta acara. Pada hasil kesepakatan antara *production manager* dengan pihak vendor adalah harga yang didapatkan seharga Rp 15.000,- /pcs dengan lama waktu pengerjaan selama dua minggu setelah desain dikirimkan.

Kegiatan produksi untuk acara Trackpresso: 5K Color Run 2024 dimulai dengan pencarian vendor dan pembuatan *tote bag* sebagai bagian dari race pack. Production manager memilih vendor Riyanti Offset dari Semarang setelah melakukan perbandingan dengan vendor lain. Setelahnya, dilakukan koordinasi dengan *creative manager* mengenai desain *tote bag*, dan penulis menerapkan teknik lobi dan negosiasi yang dipelajari

di Ilmu Komunikasi saat berkomunikasi dengan vendor terkait harga dan desain. Sebanyak 170 *tote bag* dibutuhkan untuk para peserta dengan harga per *tote bag* Rp 15.000 dan waktu pengerjaan dua minggu setelah desain disepakati.

Selain *tote bag*, medali juga menjadi aset penting dalam acara ini. Sebanyak 160 medali akan diberikan sebagai apresiasi kepada peserta. Setelah membandingkan beberapa vendor, dipilih Nusaiba Souvenir dari Kabupaten Bantul. Lagi-lagi, penulis menerapkan teknik lobi dan negosiasi untuk menentukan harga dan waktu produksi medali.

Pencarian vendor juga dilakukan untuk produksi jersey. Dibutuhkan 150 jersey, dan setelah membandingkan beberapa vendor, pembuatan jersey akhirnya dibantu oleh sponsor, Printex dari Salatiga, yang memberikan potongan harga dari Rp 85.000 menjadi Rp 52.000 per jersey. Potongan ini diperoleh melalui penerapan teknik lobi dan negosiasi.

Selain itu, *production manager* juga bertanggung jawab untuk pengadaan kacamata, yang merupakan salah satu item race pack. Sebanyak 170 kacamata dibeli melalui e-commerce dengan harga Rp 6.000 per unit, setelah melakukan riset di beberapa toko offline dan online. Dana untuk pembelian ini kemudian dilaporkan kepada divisi finance.

Color powder, simbol utama acara Color Run, juga menjadi tanggung jawab production manager. Bubuk warna ini dibeli dari ESD Store di Genuk, Kota Semarang, yang dipilih setelah mencari toko offline yang memudahkan pengecekan ketersediaan barang. Bubuk warna ini nantinya akan dibagi dalam paket kecil sebanyak 1 kg untuk setiap peserta. Dalam setiap langkah produksi ini, teknik lobi dan negosiasi terus diterapkan untuk memastikan kelancaran dan efisiensi biaya acara.

Dalam hal pencarian vendor *sound system* dan *stage*, manajer produksi melakukan riset terlebih dahulu mengenai vendor – vendor *sound system* serta vendor *stage* yang berada di Kota Semarang. Dalam melakukan riset, *production manager* melakukan perbandingan harga serta kualitas dari masing – masing vendor agar mendapatkan vendor terbaik untuk keberlangsungan acara Trackpresso: 5K Color Run 2024.

Tugas yang dilaksanakan oleh *production manager* selanjutnya adalah menindaklanjuti pencarian serta pengadaan barang produksi keperluan acara Trackpresso: 5K Color Run 2024 berupa tali rafia, lakban, ember, pengeras suara atau *megaphone*, peniti BIB *number*, plastic kiloan kebutuhan *color powder*, pompa electric gallon, meja dan

kursi *tenant*, meja DJ, nampan *refreshment*, *trash bag*, meja dan kursi *water station*, *pump gallon*, dan gelas plastic. Beberapa barang diatas harus disediakan oleh *production manager* pada tanggal 23 Agustus 2024 tepatnya satu hari sebelum acara dilaksanakan, barang – barang diatas juga merupakan keperluan penting dalam keberlangsungan acara Trackpresso: 5K Color Run 2024.

KESIMPULAN

Karya Bidang Running Event Trackpresso: 5K Color Run 2024 telah berhasil sukses dilaksanakan pada bulan Juli - Agustus 2024 Dalam rangka menuju acara puncak Trackpresso: 5K Color Run 2024 terdapat 2 rangkaian acara, yaitu Nobar Piala Eropa 2024 yang dilaksanakan pada tanggal 11 dan 15 Juli 2024 bertempat di Anak Panah Kopi Gajah Mada dan MLBB Competition yang dilaksanakan pada tanggal 28 dan 29 Juli 2024 bertempat di Anak Panah Kopi Gajah Mada Kota Semarang. Kegiatan tersebut berhasil dilaksanakan dengan mencapai target yang telah ditentukan pada persiapan sebelumnya. Selain itu, dalam persiapan segala rangkaian acara Trackpresso: 5K Color Run 2024, seluruh divisi yang ada berhasil melakukan koordinasi satu sama lain agar segala kegiatan berjalan sesuai rencana dan menghindari adanya kesalahpahaman satu

sama lain. Selama keberlangsungan acara yang dibuat dan dilaksanakan sesuai dengan konsep pembuatan *event management* dengan memperhatikan langkah – langkah keberlangsungan acara.

SARAN

Ada beberapa saran yang akan penulis sampaikan untuk beberapa pihak yang melaksanakan kegiatan acara yang serupa:

1. Perlunya pemahaman tentang manajemen *event* yang komprehensif sehingga hasil yang dilaksanakan berjalan efektif sesuai dengan target dan tujuan.
2. Perlu adanya manajemen *timeline* yang baik sebagai penunjang keberhasilan acara bagi seluruh divisi.
3. Menjalin komunikasi yang baik baik dengan divisi, *client*, hingga pihak - pihak terkait agar tidak terjadinya miskomunikasi satu sama lain.
4. Pentingnya perancangan kreatif dengan mengikuti langkah - langkah pembuatan rancangan kreatif sebagai citra merek acara di mata masyarakat atau konsumen.
5. Sebelum memulai negosiasi, penting untuk memahami dengan baik tujuan dan ekspektasi masing – masing pihak. Dengan pemahaman yang komprehensif, akan lebih mudah untuk menjalin kesepakatan yang saling menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chusnu, S. (2016). *Modul Manajemen Event*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51-62.
- Hinch, T., & Ito, E. (2018). Sustainable Sport Tourism in Japan. *Tourism Planning & Development*, 15(1), 96-101.
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2020). *Manajemen Event Konsep dan Aplikasi*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.