

BAB II

KERANGKA KONSEPTUAL

2.1 Pengertian Event

Dalam arti sempit, event diartikan sebagai pameran, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung. Namun dalam arti luas event diartikan sebagai suatu kurun waktu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara.⁸

Menurut Any Noor, event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.⁹ Dengan kata lain, event adalah sebuah program yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan. Ragam acara amat banyak bergantung dari ide yang melandasi terlaksananya hal itu. Berbeda dengan kegiatan yang spontan, acara dilakukan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya.

⁸ Rr. Chusnu Syarifa Diah Kusuma, *Op. Cit.*, hlm. 4.

⁹ Any Noor, *Op. Cit.*, hlm. 8.

Saat ini konsep perkembangan event sejalan dengan kemajuan teknologi serta perkembangan kegiatan masyarakat. Perkembangan ini menjadikan jenis event yang berlangsung pun lebih beranekaragam dan tidak terbatas pada kegiatan yang memiliki nilai keagamaan, adat dan budaya saja. Penyelenggaraan event telah berkembang sesuai dengan keinginan konsumen untuk dapat melihat event tersebut.

Menurut Ruth Downson dalam *Event Planning and Management* (2015) mendefinisikan event sebagai pertemuan yang direncanakan, bersifat sementara dan mudah diingat (*memorable*). Tujuan diselenggarakannya event bermacam-macam baik untuk menghibur atau mengedukasi. Berikut macam-macam jenis event :

- Upacara penghargaan yang diberikan kepada individu atau kelompok atas keberhasilan pencapaian yang berbeda-beda.
- *Corporate meeting* atau *business functions* yaitu pertemuan yang diperuntukkan bagi manajemen suatu bisnis atau mempromosikan merek perusahaan.
- *Entertainment* dan *sport event*.
- *Luncheon, reception, dan wedding*.
- Peluncuran produk, pameran dagang, yang bertujuan untuk mempromosikan suatu produk dan *service*.
- Seminar dan *workshop* yang mengumpulkan peserta dalam satu waktu dan tempat untuk mendiskusikan suatu topik baik bisnis ataupun pendidikan.

- *Special events*, misalnya, *olympic games*.¹⁰

2.2 Pengertian Event Organizer

Event Organizer berasal dari dua kata bahasa Inggris, *event* dan *organizer*. *Event* yang artinya adalah acara atau peristiwa, sedangkan *organizer* artinya adalah penyelenggara. Jadi secara singkat, event organizer dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang mengatur atau menyelenggarakan acara.

Pengertian Event Organizer menurut Ruth Dowson dan David Bassett yang dikutip melalui bukunya yang berjudul *Event planning and management: Principles, Planning and Practice* yaitu:

“Event organizers are professional individuals and groups who plan, organize and run an event on behalf of their client. An event organizer acts as liaison between their client and suppliers and is ultimately responsible for the smooth running of the event.”¹¹

Dari kutipan diatas, Event Organizer adalah individu atau kelompok profesional yang merencanakan, mengatur dan menjalankan acara atas nama klien mereka. Sebuah penyelenggara acara berperan sebagai penghubung antara klien dengan pemasok dan yang bertanggung jawab atas kelancaran jalannya acara tersebut.

Dalam buku Sulyus Natoradjo yang berjudul “Event Organizing: Dasar-Dasar Event Management”, sebutan untuk Event Organizer bisa

¹⁰ Laurance Carter, *Event Planning 2nd Edition*, (Bloomington: Authorhouse, 2007), hlm. 2.

¹¹ Ruth Dowson, David Bassett, *Event planning and management: Principles, Planning and Practice* (London: Kogan Page, 2018), hlm. 10.

berbeda-beda, seperti *event coordinator*, *event planner*, *event manager*, *event producer*, *event designer*, *chairman of organizing committee*, ketua panitia pelaksana, bahkan konsultan.¹² Namun apa pun sebutannya, mereka berprofesi dalam bisnis memproduksi atau menggelar acara demi memenuhi kebutuhan dan harapan klien, pengunjung, dan peserta event. Banyak masyarakat yang mengasumsikan bahwa Promotor bisa disebut juga sebagai Event Organizer. Padahal Event Organizer tidak sama dengan promotor pertunjukan walaupun pendekatan dan cara kerja keduanya dalam menyelenggarakan sebuah event hampir sama.

Promotor berasal dari kata *Promotion* yang diakhiri dengan *Or* yang berarti pelaku atau subjek, sedangkan menurut istilah umum Promotor adalah seseorang atau agen yang mempromosikan sesuatu yang berupa barang atau jasa, termasuk bakat dan lain-lainnya secara luas ke masyarakat atau konsumen.¹³ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, ada tiga pengertian Promotor, yaitu :

1. Promotor adalah orang yang menjadi pengajur atau pendorong suatu usaha (gerakan dan sebagainya).
2. Guru Besar yang memimpin dan mengarahkan orang yang mencapai gelar Doktor.

¹² Sulyus Natoradjo, *Event Organizing; Dasar-Dasar Event Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 6.

¹³ Ibnu Novel Hafidz, *Op. Cit.*, hlm. 23.

3. Orang yang bertanggung jawab atas keuangan suatu pertandingan olah raga, termasuk mencari dana, mengadakan kontrak, dan sebagainya.

Jadi dapat dipahami secara singkat bahwa Promotor dapat diartikan sebagai penyelenggara / pengajur / pendorong suatu acara atau usaha yang bertanggung jawab atas acara atau usaha tersebut dan juga.

Berikut adalah perbedaan antara Event Organizer dengan Promotor:¹⁴

Tabel 2.1

Perbedaan antara Event Organizer dengan Promotor

Event Organizer	Promotor
Pekerjaan sesuai order klien	Pekerjaan timbul atas inisiatif dan keinginan diri sendiri
Porsi dan bidang kerja tergantung klien	Porsi kerja seluruhnya sendiri
Pembiayaan event ditanggung klien	Pembiayaan event ditanggung promotor dengan menggandeng pihak Sponsor

¹⁴ *Ibid*, hlm. 25.

Bertanggung jawab pada klien	Bertanggung jawab diri sendiri dan pada sponsor (bila ada) sesuai dengan kontraknya
Mendapatkan keuntungan berupa sejumlah <i>fee</i> dari klien	Mendapatkan keuntungan dari dana sponsor atau penjualan tiket

Sumber: Buku *CEO Chief Event Organizer* oleh Ibnu Novel Hafidz.

Dengan memiliki persamaan yang cukup besar dan perbedaan yang sangat tipis antara Promotor dan Event Organizer, maka pada saat tertentu Promotor bisa menjalankan peran sebagai Event Organizer demikian pula sebaliknya dengan Event Organizer juga bisa menjalankan peran sebagai Promotor.

Operasional (kinerja) event organizer dibagi menjadi tiga tahapan menurut, diantaranya :

1. Tahap pra-produksi

Tahap pra-produksi akan sangat penting, karena akan menentukan kelancaran operasional saat produksi. Bila semua masalah dalam pra-produksi telah ditangani dengan baik, maka produksi akan semakin ringan. Tahap pra produksi terdiri dari:

a. Menjabarkan ide menjadi konsep.

Sebelum membuat kemasan acara, terlebih dahulu harus memahami hal-hal yang melatar belakangi penyelenggara acara dan tujuan spesifiknya. Dengan pemahaman tersebut dapat

mengklasifikasikan sponsor-sponsor yang akan ikut serta menjadikan kemasan acara tidak menyimpang dari tujuan sebelumnya.

b. Pembentukan tim, pembagian kerja (*job description*).

Aspek penting dalam membentuk sebuah tim kerja yang sukses yaitu terdiri dari manajemen, *marketing*, dan *creator*. Faktor penting dalam tim adalah kekompakan karena hal tersebut akan membuat event menjadi harapan setiap event organizer.

c. Pengembangan konsep kreatif (*Rundown*), *talent*, *artistic*, dan desain.

Rundown merupakan bagian terpenting dalam menjalankan sebuah event, dengan mengacu pada *rundown*, semua dapat menjalankan acara demi acara dengan tepat. *Rundown* adalah jadwal sebuah acara yang dibuat secara detail yang dihitung berdasarkan menit atau detik. Penyusun *rundown* membutuhkan seni imajinasi yang baik agar menghasilkan suatu sajian acara yang baik. *Talent* adalah seseorang atau lebih, dapat berupa sebuah kelompok yang memiliki tugas menampilkan sesuatu yang menarik dan menghibur. *Talent* adalah pengisi acara sebuah event sehingga sangat tergantung dari kebutuhan event. Dalam sebuah event, biasanya menampilkan *talent* utama dan *talent* pendukung.

d. Penentuan/observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, konsumsi, transportasi, dokumentasi dan lain-lain.

Dalam penyelenggaraan acara, tempat atau lokasi penyelenggaraan acara sangat berpengaruh terhadap keberhasilan event organizer. Menurut Hafidz, ada beberapa pertimbangan dalam memilih lokasi penyelenggaraan acara, diantaranya sesuai tema event, *image* produk dan target penonton.

e. Promosi, publikasi dan sosialisasi event.

Promosi event serangkaian kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan menciptakan kejutan-kejutan yang unik sehingga dapat mendorong massa tertarik untuk datang dan melihat hal-hal baru yang disajikan.¹⁵

2. Tahap produksi

Tahap produksi adalah saat semua tim bekerja di lapangan mempersiapkan event, sampai event selesai digelar. Dalam produksi, kinerja sebuah event organizer akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak, baik itu penyandang dana/ sponsor, supplier maupun event organizer lain, terutama penonton. Bila dalam tahap pra-produksi semua tahap sudah jelas dan terkonsep, maka dalam tahap produksi akan berjalan lancar. Pada tahap produksi, hal-hal yang dilakukan dalam sebuah penyelenggaraan acara adalah :

- Kesiapan pengisi acara
- Kesiapan perlengkapan
- Kesiapan pengamanan

¹⁵ Ibnu Novel Hafidz, *Op.Cit.* hlm. 70-73.

- Kesiapan kru
- Proses event sesuai dengan *rundown*

3. Tahap pasca produksi

Tahap pasca produksi adalah tahapan di mana event organizer bertanggungjawabkan pekerjaannya secara tertulis. Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab event organizer dilaporkan pada pemberi kerja disertai evaluasi dan dilengkapi dengan dokumentasi.

Pada tahap pasca produksi, hal-hal yang dilakukan adalah :

a. Evaluasi

Setelah acara dilangsungkan, dilakukan rapat evaluasi secara internal yang sekaligus merupakan pembubaran panitia. Evaluasi ditujukan untuk mendapatkan umpan balik dari seluruh tim tentang kelebihan dan kekurangan event yang digelar untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan event mendatang, memeriksa kembali event yang telah dilaksanakan sesuai dengan desain acara, baik dalam tema, pengeluaran, maupun pendapatan.

b. Pembuatan laporan

Hasil rapat evaluasi dapat dijadikan laporan yang ditujukan kepada sponsor atau pihak penyelenggara sebagai bentuk pertanggungjawaban secara tertulis, isi pertanggungjawaban disertai bukti dokumentasi yang diinginkan oleh pihak sponsor, misalnya foto kegiatan, materi promo, brosur, undangan dan lain-lain.¹⁶

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 108.

2.3 Pengertian Prosedur

Pengertian prosedur menurut Mulyadi adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang – ulang.¹⁷ Sedangkan menurut Ida Nuraida, prosedur adalah urutan langkah-langkah (atau pelaksanaan-pelaksanaan pekerjaan), di mana pekerjaan tersebut dilakukan, berhubungan dengan apa yang dilakukan, bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, di mana melakukannya, dan siapa yang melakukannya.¹⁸

Menurut Lilis Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini, pengertian prosedur adalah serangkaian langkah/kegiatan klerikal yang tersusun secara sistematis berdasarkan urutan-urutan yang terperinci dan harus diikuti untuk dapat menyelesaikan suatu permasalahan.¹⁹

Prosedur berisi cara yang dispesifikasikan untuk melaksanakan suatu aktivitas atau suatu proses. Prosedur dapat didokumentasikan atau tidak. Apabila prosedur didokumentasikan biasanya disebut prosedur tertulis atau prosedur terdokumentasikan.

Prosedur tertulis atau terdokumentasi mengikuti aturan formal berikut ini :

- Struktur, maksud, dan ruang lingkup suatu kegiatan.

¹⁷ Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 5.

¹⁸ Ida Nuraida, *Manajemen Administrasi Perkantoran*, (Yogyakarta: Kanisius, 2008), hlm. 35.

¹⁹ Lilis Puspitawati, Sri Dewi Anggadini, *Sistem Informasi Akuntansi*. (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 23.

- Tanggung jawab (siapa yang menerapkan prosedur).
- Acuan atau dokumen terkait.
- Proses atau tahapan kegiatan yang perlu dilakukan, bagaimana melakukan, dan di mana akan dilakukan.
- Bahan, alat, dan dokumen yang dipergunakan dokumentasi dan rekaman.
- Lampiran.
- Informasi pengendalian.²⁰

2.4 Pengertian Kerjasama

Menurut Lewis Thomas dan Elaine B. Johnson, kerjasama adalah pengelompokan yang terjadi di antara makhluk-makhluk hidup yang kita kenal.²¹

Menurut Abdulsyani, kerjasama adalah suatu bentuk proses sosial, dimana didalamnya terdapat aktivitas tertentu yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan bersama dengan saling membantu dan saling memahami aktivitas masing-masing.²²

Sebagaimana dikutip oleh Abdulsyani, Roucek dan Warren, mengatakan bahwa kerjasama berarti bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Ia adalah satu proses sosial yang paling dasar. Biasanya kerjasama

²⁰ Zulkifli Amsyah, *Manajemen Sistem Informasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 21.

²¹ Lewis Thomas dan Elaine B. Johnson, *Contextual Teaching Learning*, (Jakarta: Kaifa, 2014), hlm. 164.

²² Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 156.

melibatkan pembagian tugas, dimana setiap orang mengerjakan setiap pekerjaan yang merupakan tanggung jawabnya demi tercapainya tujuan bersama.

Ada beberapa penjelasan mengapa manusia mau melakukan kerja sama, yaitu adanya:

1. Motivasi memperoleh rewards (mendapat imbalan keuangan);
2. Khawatir akan mendapatkan punishment; dan
3. Memperoleh kepuasan kerja.²³

Bowo dan Andy menjelaskan, bahwa dalam pelaksanaan kerja sama harus tercapai keuntungan bersama. Pelaksanaan kerja sama hanya dapat tercapai apabila diperoleh manfaat bersama bagi semua pihak yang terlibat di dalamnya (*win-win*). Apabila suatu pihak dirugikan dalam proses kerja sama, maka kerja sama tidak lagi terpenuhi. Dalam upaya mencapai keuntungan atau manfaat bersama dari kerja sama, perlu komunikasi yang baik antara semua pihak dan pemahaman sama terhadap tujuan bersama.

Banyak kerja sama berakhir menjadi perselisihan karena kurangnya komunikasi antarpihak yang melakukan kerja sama. Apalagi kerja sama yang melibatkan lebih dari dua pihak, kemungkinan terjadinya salah paham, pengingkaran isi perjanjian, dan berbagai permasalahan lain sangat mungkin terjadi. Oleh karena itu, untuk menghindari permusuhan selama melakukan perjanjian, setiap perjanjian ditandatangani di atas materai, dan

²³ Muhammad Busro, *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 306-308.

tidak jarang dilakukan di depan notaris, dengan menghadirkan saksi. Untuk menghindari perselisihan yang lebih mengkhawatirkan di pasal-pasal akhir dalam suatu perjanjian termuat bab tentang penyelesaian perselisihan, mulai dari penyelesaian kekeluargaan, arbitrase (pihak penengah), hingga pengadilan.²⁴

2.5 Pengertian Kontrak

Kontrak berasal dari bahasa Inggris yaitu *contracts*, sedangkan dalam bahasa Belanda disebut *overenkomst* yang artinya adalah perjanjian.²⁵ Kontrak merupakan perjanjian antara dua pihak yang di dalamnya berisi tanggungjawab dan kewajiban yang diatur berdasarkan hukum yang berlaku serta menjelaskan pertukaran kepentingan antara kedua belah pihak. Kontrak sebaiknya merupakan kontrak tertulis, meskipun kontrak juga bisa berupa persetujuan lisan. Isi kontrak biasanya singkat dan jelas. Untuk kontrak yang mencantumkan nilai uang yang disepakati, harus dituangkan dalam kontrak tertulis dan formal.²⁶

Kontrak itu adalah suatu perjanjian yang dituangkan dalam tulisan atau perjanjian tertulis atau surat. Singkatnya, kontrak adalah perjanjian tertulis. Oleh karena itu, dalam membicarakan kontrak, dengan sendirinya

²⁴ *Ibid*, hlm. 310.

²⁵ Salim H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hlm. 15.

²⁶ Any Noor, *Manajemen Event* (Bandung : PT Alfabeta Bandung, 2013), hlm. 279.

kita akan banyak berurusan dengan surat-surat. Sebagai contoh, surat kuasa, surat pernyataan, surat penunjukan, surat persetujuan, dan banyak lagi.²⁷

Kontrak juga dapat diartikan sebagai kesepakatan diantara dua atau lebih orang yang memuat sebuah janji atau janji-janji yang bertimbal balik yang dapat ditegakkan berdasarkan hukum, atau yang pelaksanaannya berdasarkan hukum sampai tingkat tertentu diakui sebagai kewajiban.²⁸

Mengutip apa yang terdapat dalam *Black's Law Dictionary* disebutkan bahwa kontrak adalah perjanjian antara 2 (dua) orang atau lebih yang menciptakan kewajiban untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu hal khusus. (*Contract is agreement between two or more persons which creates an obligation, to do or not a particular thing*). Hal pokok dalam definisi tersebut adalah bahwa kontrak dipandang sebagai persetujuan dari dua pihak untuk melaksanakan kewajiban, baik melakukan atau tidak melakukan sesuatu hal tertentu.

Dengan demikian maka dalam kontrak mengandung unsur-unsur: pihak-pihak yang berkompeten, pokok yang disetujui, pertimbangan-pertimbangan hukum, persetujuan timbal balik, dan kewajiban timbal balik. Ciri kontrak yang utama adalah, merupakan suatu tulisan yang membuat persetujuan dari para pihak, lengkap dengan syarat-syarat, serta yang berfungsi sebagai alat bukti tentang adanya kewajiban.

²⁷ I. G. Rai Widjaya. *Merancang Suatu Kontrak (Contract Drafting)*, (Jakarta: Kesaint Blanc, 2007), hlm. 3.

²⁸ Bayu Seto Hardjowahono, *Naskah Akademik Rancangan Undang-undang Hukum Kontrak*, Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM RI, 2013.

Dari uraian itu dapat dikatakan bahwa kontrak adalah persetujuan yang dibuat secara tertulis yang melahirkan hak dan kewajiban di antara para pihak yang mengadakan atau membuat kontrak. Kontrak menimbulkan perikatan. Dengan demikian berarti bahwa para pihak dengan adanya kontrak menjadi terikat satu dengan yang lain dengan apa yang telah mereka sepakati dalam kontrak mereka itu.²⁹

Van Dunne berpendapat bahwa pembentukan kontrak itu mencakup tiga tahap, yaitu :

1. Tahap *Pracontractual*, dalam tahapan *pracontractual* terdapat penawaran dan penerimaan.
2. Tahap *Contractual*, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak para pihak yang saling mengisi atau sering dikenal dengan kesepakatan.
3. Tahap *Post-Contractual*, merupakan tahapan realisasi kontrak.

Ketiga tahapan itu semuanya tidak terlepas dari aturan hukum. Oleh karena itu maka Van Dunne berpendapat bahwa hukum kontrak mengkaji kegiatan-kegiatan yang terletak dalam semua tahap di dalam proses pembentukan kontrak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hukum kontrak merupakan keseluruhan peraturan yang mengatur proses pembentukan kontrak yang mengatur kegiatan-kegiatan dalam tahap persiapan pembentukan kontrak, tahap terjadinya kontrak, dan tahap

²⁹ F.X. Suhardana, *Contract Drafting Kerangka Dasar dan Teknik Penyusunan Kontrak (Edisi Revisi)*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2013), hlm. 11-12.

pelaksanaan kontrak, dan di dalam setiap tahap tersebut berlaku prinsip atau asas hukum kontrak.³⁰

2.6 Pengertian *E-ticketing*

Menurut Ng-Kruelle dan Swatman, definisi *e-ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik.

³¹ Sedangkan menurut Bienz, *e-ticketing* merupakan sebuah metode perdagangan, pembelian, dan jualan tiket dari berbagai produk jasa khususnya melalui media internet dan computer.³² Sehingga berdasarkan pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *e-ticketing* merupakan suatu bentuk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa kepada konsumen untuk mempermudah melakukan pemesanan tiket memanfaatkan media internet sebagai media transaksi jual beli.

E-ticketing memiliki beberapa kelebihan, menurut Bienz (2008), yaitu :

- a. Mengurangi biaya yang berkaitan dengan percetakan surat tiket.
- b. Mengurangi tenaga kerja yang berkaitan dengan percetakan surat dan tiket.

³⁰ *Ibid*, hlm. 15.

³¹ Grace Ng-Kruelle, Paul A. Swatman dan Oliver Kruelle, *E-Ticketing Strategy and Implementation in an Open Access System: The Case of Deutsche Bahn*, 2006.

³² Bienz Nicholas, *Op. Cit.*, hlm. 53.

- c. Keamanan terjamin, karena barcode validasi dan menghilangkan kemungkinan tiket palsu atau duplikat.
- d. Pemesanan *e-ticketing* oleh konsumen berarti mengetahui berapa banyak konsumen perusahaan, karena perusahaan menyimpan data konsumen di database perusahaan.
- e. Memberikan informasi tambahan yang perlu diketahui bagi pelanggan.
- f. Menyediakan kemampuan untuk beriklan, dapat menambah pendapatan perusahaan dengan menawarkan ruang iklan di portal situs perusahaan.

2.7 Profil Perusahaan

2.7.1 Profil singkat Full Color Entertainment

Full Color Entertainment merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Penuh Warna Warni yang dipimpin oleh David Ananda selaku *Managing Director* dari perusahaan. Selain Full Color Entertainment, PT. Penuh Warna Warni memiliki anak perusahaan lainnya yang masih aktif sampai saat ini yaitu Full Color Party Organizer yang bergerak dibidang *Event Organizer*.

Gambar 2.1

Logo Full Color Entertainment



Sumber: Data Base Full Color Entertainment

Full Color Entertainment mulai menjalankan peran sebagai promotor sejak tahun 2014 dengan menyelenggarakan konser pertama musisi Internasional yaitu MLTR yang bertajuk “*Romantic Valentine Concert With Michael Learns To Rock*”. Kesuksesan penyelenggaraan konser tersebut membuat Full Color Entertainment mulai bergerak untuk menyelenggarakan konser musik lainnya. Tak hanya sebagai penyelenggara acara konser, Full Color Entertainment juga dapat berperan sebagai *Artist Booking Agent*.

2.7.2 Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi penyedia jasa penyelenggara acara (Promotor dan *Event Organizer*) yang terbaik di Indonesia dengan memberikan pendekatan yang berbeda dalam konsepnya.

b. Misi

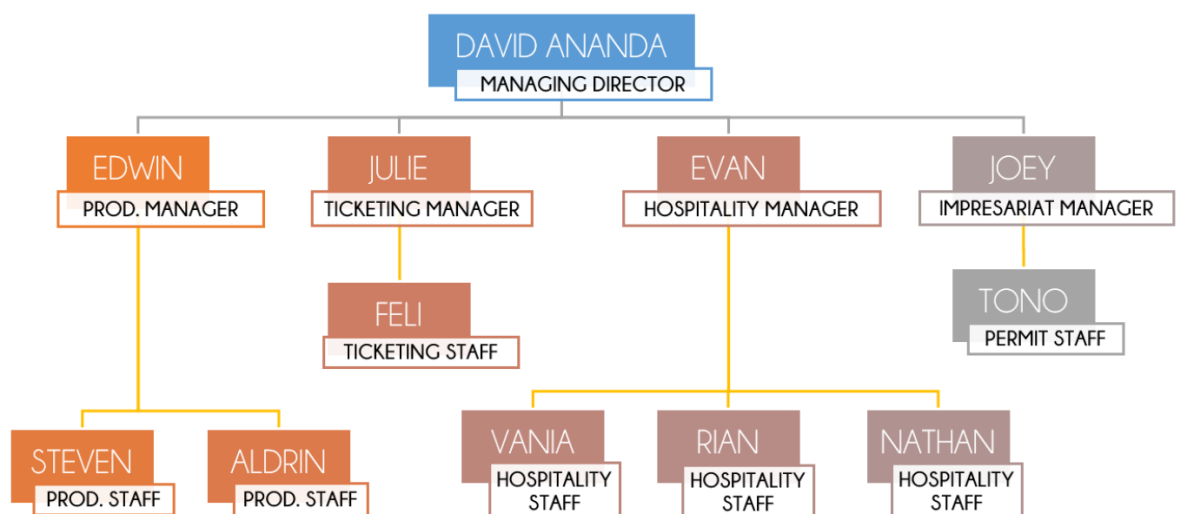
- Memberikan pelayanan kepada klien secara professional dan baik dalam membuat acara agar berjalan dengan lancar dan sukses.
- Memberi kreasi dan aksi terbaik kepada setiap kebutuhan klien.
- Membentuk dan menjalin hubungan kerja professional dan produktif di dalam maupun di luar perusahaan.

2.7.3 Struktur Organisasi Full Color Entertainment

Full Color Entertainment merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Penuh Warna Warni. Berikut adalah struktur organisasi yang berlaku di Full Color Entertainment :

Gambar 2.2

Struktur Organisasi Full Color Entertainment



Sumber: Data Base Full Color Entertainment

Tugas dan Tanggung Jawab :

1. *Managing Director*

- Bertanggung jawab dan mengkoordinasikan semua pelaksanaan kegiatan kepada semua pihak artist, sponsor, dan subordinat.
- Membuat rencana dan strategi event, penjadwalan kerja secara umum, anggaran serta pendelegasian kerja secara detail, akurat, dan efisien.
- Bertanggung jawab atas kualitas, kelancaran acara, serta operasional seluruh kegiatan acara.
- Mencari, menganalisis, dan memutuskan masalah yang timbul serta memberi solusi.
- Merangkum semua laporan divisi untuk disajikan bahan evaluasi dan laporan.

2. *Production Manager*

- Bertanggung jawab dan mengkoordinir seluruh kegiatan teknis produksi, mulai dari *Production Design, Lighting, Sound System, Multimedia, Stage*, dll.
- Menyusun rencana teknis produksi secara menyeluruh.
- Membuat jadwal teknis produksi, mulai dari pra produksi, load in sampai load out, post produksi.
- Berkoordinasi dengan *Managing Director* dalam penanganan produksi.

3. *Ticketing Manager*

- Merencanakan semua yang berkaitan dengan jadwal divisi tiket.
- Memilih tempat penjualan tiket dan menyelesaikan semua administrasi kerjasama.
- Mengontrol hasil pemesanan tiket di setiap tiket boxnya.
- Mengkoordinir penjualan tiket di lokasi (jika ada).
- Berkordinasi dengan *Managing Director* jika timbul permasalahan berkaitan dengan tiket.

4. *Hospitality Manager*

- Mengawasi dan mendampingi pengisi acara pada persiapan dan hari pertunjukan.
- Mengatur administrasi pemesanan akomodasi pengisi acara sesuai jadwal datang dan pergi (*Check In & Check Out*).
- Mengalokasikan kebutuhan transportasi pengisi acara sesuai jumlah (termasuk Manajemen & Crew Artis) dan jadwal yang telah disepakati.
- Memastikan keberadaan pengisi acara pada waktu dan tempat yang telah ditentukan (*jumpa pers, sound check, show time, dll*).
- Berkoordinasi langsung dengan pihak Artis/Manajemen Artis.

- Berkoordinasi dengan *Managing Director* jika terjadi masalah yang berkaitan dengan pengisi acara.

5. *Impresariat Manager*

- Mengumpulkan semua data terkait dengan acara (Hari, Jam, Tempat, dan Artis).
- Mengurus segala hal yang terkait dengan perijinan penyelenggaraan acara.
- Memastikan segala perijinan (surat ijin) selesai pada waktunya.
- Mengkoordinasikan permintaan tenaga pengamanan dari instansi terkait (polisi).
- Memberikan masukan mengenai rencana pengamanan.
- Berkoordinasi dengan *Managing Director* menyangkut masalah perijinan.

