

Manajemen Acara Proses Produksi Live Streaming Sharing Knowledge Innovation Day Episode “How To Create A Personalized And Engaging Streaming Content”

Dewi Permatasari^{1,*}, Freddy Yusanto², Dimas Satrio Wijaksono³, Fiqie Lavani Melano⁴
^{1,2,3,4} Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,

*Correspondence Author: Dewprml1@gmail.com

ABSTRACT

PT. Telkom Indonesia applies the concept of knowledge management to improve employee performance and knowledge by creating a knowledge sharing program. The knowledge sharing program was created by using digital technology in the form of live streaming Innovation Day which presents expert speakers in their fields. The running of a live streaming event program cannot be separated from the involvement of the behind-the-scenes team who work together to try to present the best show for the audience. To create a successful live streaming event program requires proper event management, teamwork, and effective communication coordination between members. This final assignment aims to determine the implementation of company projects in the production process of the Innovation Day live streaming event by applying event management theory by Goldblatt (2002). The data collection method for writing the final assignment uses qualitative data analysis in the form of interviews, written digital data, and the author's observations in the field. PT. Telkom Indonesia Innovation Day program. The Innovation Day live streaming program episode "How to Create a Personalized and Engaging Streaming Content" was created with the hope that viewers can understand about streaming content on social media and build characters that audiences like through direct discussions with expertise speakers.

Keywords: *Event Management, live streaming, sharing knowledge.*

ABSTRAK

PT. Telkom Indonesia menerapkan konsep knowledge management untuk peningkatan kinerja dan pengetahuan pegawai dengan menciptakan program knowledge sharing. Program sharing knowledge dibuat dengan pemanfaatan teknologi digital dalam bentuk live streaming Innovation Day yang menghadirkan narasumber expertise di bidangnya. Berjalannya program acara live streaming tidak lepas dari keterlibatan tim dibalik layar yang bekerja sama untuk berusaha menampilkan tayangan terbaik bagi penonton. Untuk menciptakan keberhasilan program acara live streaming diperlukan manajemen acara yang tepat, kerja sama tim, dan koordinasi komunikasi yang efektif antar anggota. Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui implementasi project perusahaan dalam proses produksi acara live streaming Innovation Day dengan menerapkan teori manajemen acara oleh Goldblatt (2002). Metode pengumpulan data pada penulisan tugas akhir menggunakan analisis data kualitatif berupa wawancara, data-data digital tertulis, observasi penulis di lapangan. PT. Telkom Indonesia program Innovation Day. Program acara live streaming Innovation Day episode “How to Create a Personalized and Engaging Streaming Content” dibuat dengan harapan penonton dapat memahami tentang streaming konten di media sosial dan membangun karakter yang disukai audiens melalui diskusi langsung dengan narasumber ahli.

Kata kunci: *Manajemen acara, siaran langsung, berbagi pengetahuan.*

Pendahuluan

PT. Telekomunikasi Indonesia, khususnya Direktorat Digital Business menciptakan program acara live streaming sharing knowledge Innovation Day sebagai upaya peningkatan kualitas SDM karyawan Telkom melalui sarana berbagi pengetahuan. Percepatan difusi teknologi digital memungkinkan penyelenggaraan acara terus berlanjut karena kebutuhan informasi pengetahuan digital terus dibutuhkan oleh karyawan. Namun dengan keterbatasan waktu, diperlukan cara lain untuk mengadakan acara yang lebih efisien dan fleksibel tanpa mengganggu waktu kerja yang cukup krusial. Hal ini disiasati Telkom Indonesia sebagai penyelenggara acara dengan menciptakan acara virtual. Acara virtual tersebut dengan perkembangan teknologi memiliki beberapa kelebihan yaitu dalam komunikasi lintas ruang dan waktu (Sá et al., 2019). Sebagai solusi penyelenggaraan acara virtual, Innovation Day memanfaatkan kemajuan teknologi informasi ini dengan melakukan program acara sharing knowledge yang ditampilkan secara live streaming di platform digital yaitu Youtube dan microsite

Pemilihan platform microsite didasarkan atas kemudahan akses. Microsite sering menerima jumlah pengunjung yang lebih tinggi untuk operator situs. Mereka lebih mungkin

ditemukan oleh pengunjung yang sudah mencari hal spesifik yang tepat. Microsite juga merupakan aplikasi yang padat dengan fitur interaktif yang mengutamakan kolaborasi, interaksi dan komunikasi. Hal ini mempermudah penyelenggara menyampaikan informasi kepada audiens tanpa batasan dan meningkatkan keterlibatan audiens melalui interaktivitas.

Fenomena tren live streaming konten media sosial di era digital menciptakan peluang bisnis dan karir baru sebagai pengguna digital (Erwin, 2023). Jumlah penonton yang melakukan streaming dengan konten video game online meningkat secara signifikan, mencapai 609 juta penonton pada tahun 2016, dan diprediksi akan mengalami lonjakan yang mencolok hingga 749 juta penonton pada tahun 2019. Peningkatan ini terutama didominasi oleh wilayah Asia, diikuti oleh Eropa dan Amerika. Menariknya, tidak hanya sebagai penonton, tetapi mereka juga dapat berperan sebagai pembuat konten video game (Anderson, 2018). Hal ini mendasari pemilihan tema “How to Create a Personalized and Engaging Streaming Content” sebagai materi pembahasan dengan mengundang narasumber live streamer sebagai expertise pada perancangan karya.

Berjalannya program acara live streaming tidak lepas dari keterlibatan tim dibalik layar yang bekerja sama untuk

berusaha menampilkan tayangan terbaik bagi penonton. (Ramadhan, 2019) menyatakan bahwa keberhasilan suatu acara yang disiarkan secara langsung sangat bergantung pada kesiapan yang matang. Keberhasilan dari pembuatan sebuah program acara membutuhkan kerjasama tim yang baik agar program berjalan bagaimana seharusnya, baik pada tahap praproduksi hingga pasca produksi. Untuk menciptakan keberhasilan program acara live streaming diperlukan manajemen acara yang tepat, kerja sama tim, dan koordinasi komunikasi yang efektif antar anggota. Untuk menciptakan persiapan acara yang matang dan pengelolaan acara yang tepat, penulis mengimplementasikan teori manajemen acara Goldblatt (2002)

Manajemen acara merupakan metode yang digunakan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan, yang meliputi riset, desain, perencanaan, koordinasi pelaksanaan, hingga evaluasi (Goldblatt, 2002). Proses ini memastikan bahwa setiap kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan terorganisir. Koordinasi dan komunikasi yang efektif, kerjasama tim yang solid adalah fondasi untuk mengatasi hambatan dan mencapai kesuksesan dalam setiap proyek produksi. Kerja sama tim yang erat yaitu di mana setiap anggota bekerja secara harmonis dan mendukung satu sama lain, memastikan bahwa setiap tantangan dapat dihadapi dan

diatasi dengan cara yang lebih terorganisir dan efektif. Oleh karena itu, diperlukan kerjasama tim dan koordinasi dalam pengelolaan acara untuk mencapai kesuksesan acara yang terorganisir dengan baik.

Setiap tayangan program live streaming Innovation Day memiliki rolejob masing-masing serta rangkaian acara perencanaan (pra produksi), eksekusi (proses produksi), serta evaluasi (pasca produksi). Untuk mencapai kelancaran pelaksanaan acara live streaming, diperlukan manajemen acara yang baik dengan memanfaatkan teori-teori komunikasi. Kualitas program tayangan sangat dipengaruhi oleh bagian tim penyelenggara, karena bagian tersebut bertugas mempersiapkan pelaksanaan acara, penentuan tema, dan narasumber sebelum ditayangkan ke platform digital. Maka dari itu, tujuan perancangan karya ini adalah untuk mengetahui proses produksi acara mulai dari pra produksi, proses produksi, hingga pasca produksi acara dengan penerapan teori manajemen acara oleh Goldblatt (2002).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam proses manajemen acara dalam produksi

program live streaming *Innovation Day* yang diselenggarakan oleh PT Telkom Indonesia. Metode studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi secara kontekstual bagaimana teori manajemen acara oleh Goldblatt (2002) diterapkan dalam penyelenggaraan episode “How to Create a Personalized and Engaging Streaming Content”.

Dalam pembuatan perancangan karya membutuhkan data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, sementara data sekunder adalah informasi yang berfungsi sebagai pendukung dan diperoleh dari sumber lain yang dapat dipercaya (Ningrum & Syarah, 2018). Penulis menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari data primer seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta data sekunder yang mencakup hasil studi ilmiah.

Penulis melakukan pengamatan terhadap segmentasi audiens *Innovation Day*, jenis-jenis tayangan acara, narasumber yang dihadirkan, proses interaksi dengan audiens, rangkaian acara *Innovation Day*, peserta jumlah audiens *Innovation Day*. Selain itu, penulis juga melakukan observasi proses pelaksanaan acara. Metode observasi ini dilakukan karena penulis ikut merasakan lingkungan kerja dan terlibat dalam proses pelaksanaan acara *Innovation Day*.

Penulis melakukan wawancara kepada Bapak Ferdiansyah Gandhi selaku Penanggung jawab acara *Innovation Day* mengenai bentuk acara, ketentuan acara, rangkaian atau proses perencanaan, persiapan, dan proses produksi acara yang dilaksanakan setiap minggunya.

Penulis menganalisa dokumentasi terhadap dokumen pendukung yang membantu penulis dalam merancang karya seperti guidelines acara, flyer, foto pelaksanaan acara, dokumen-dokumen operasional yang menjadi petunjuk pelaksanaan acara dan visualisasi perancangan karya.

Sedangkan untuk data sekunder penulis melakukan studi tinjauan pustaka melalui jurnal, referensi karya, buku dan website terpercaya untuk menambah wawasan penulis terkait manajemen acara virtual acara dalam perancangan karya produksi program acara live streaming *Innovation Day*.

Hasil dan Pembahasan

Pada proses perancangan karya yang dibuat penulis, penulis mengimplementasikan 5 tahapan dari teori Goldblatt (2002). Tahapan ini dikemukakan oleh Goldblatt (2002) diantaranya *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*.

1. Riset

Pada tahapan riset perancangan karya tim Innovation Day menggunakan riset kualitatif, dengan wawancara kepada supervisor acara terkait kebutuhan audiens, melakukan pencarian data dan latar belakang narasumber untuk memenuhi kriteria narasumber sebagai expertise yang dibutuhkan, fenomena yang sedang berkembang dan melakukan observasi proses pelaksanaan acara.

2. Desain

Pada tahapan design, dilakukan brainstorming tim pelaksana Innovation Day bersama supervisor acara untuk mengumpulkan ide-ide kreatif terkait bentuk kegiatan, tema pembahasan, dan menentukan tujuan acara. Proses brainstorming merupakan cara pengimplementasian tahapan design mulai dari mengumpulkan ide dan kreativitas tim untuk menghasilkan gambaran bentuk kegiatan proses produksi acara. Rancangan kegiatan ini digambarkan dengan mempertimbangkan kemungkinan penyelenggaraan acara dengan sumber daya serta ketersediaan kebutuhan yang diperlukan. Tim Innovation Day membuat visualisasi acara dengan penerapan konsep kreatif Jenkins (2016) dalam live streaming yang melibatkan berbagai aspek, seperti pemilihan materi, perancangan visual, interaktifitas, dan pemanfaatan teknologi.

3. Perencanaan

Tim Innovation Day melakukan perencanaan lebih lanjut untuk mempersiapkan implementasi pelaksanaan acara dengan membuat langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis dan strategis, mencakup identifikasi tujuan, penentuan langkah-langkah yang diperlukan. Dalam perencanaan ini, tim Innovation Day mempertimbangkan tiga hukum utama yaitu waktu, lokasi, dan tempo berdasarkan sumber daya yang dimiliki sesuai dengan teori Goldblatt (2002). Selain itu, tim Innovation Day membuat perencanaan dengan strategi penyusunan jadwal, personil yang terkait, serta tujuan acara agar dapat melaksanakan acara yang sistematis. Dalam teori manajemen acara, kegiatan acara dipengaruhi oleh beberapa aspek, maka dari itu proses perencanaan dilakukan dengan mempertimbangkan kualitas komunikasi melalui perencanaan strategi visual dan informasi, komunikasi antar individu, pemilihan dan penempatan media, publisitas dan promosi. Kualitas komunikasi dimaksimalkan oleh tim Innovation Day dengan memberikan pesan informasi yang tersampaikan dengan baik kepada audiens melalui tayangan live streaming.

4. Koordinasi

Seluruh aktivitas organisasi harus diatur dengan koordinasi (Khoiriah, 2020).

Proses koordinasi acara Innovation Day dilakukan dengan menjalin komunikasi antar rolejob, melakukan pengawasan, memberikan pengarahan melalui alur komunikasi yang tepat, membangun kolaborasi kerja sama antar rolejob yang saling bergantung dan terus berkoordinasi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Dalam implementasi perencanaan acara diperlukan adanya koordinasi acara untuk menciptakan kerjasama tim yang baik. Koordinasi dilakukan sebelum acara untuk memastikan semua tim dan pihak yang terlibat memahami tugasnya masing-masing dan memiliki kesamaan tujuan dalam pelaksanaan acara. Koordinasi saat proses produksi acara dilakukan untuk saling berkoordinasi atas tugas yang berkesinambungan. Hal ini dilakukan dengan kerja sama tim untuk menyampaikan informasi kepada anggota kelompok lainnya dan saling terhubung. Koordinasi juga dilakukan untuk segera mengatasi permasalahan yang terjadi. Tim koordinasi perlu menjaga saluran komunikasi yang terbuka antar anggota tim serta menjalin hubungan yang efektif dengan kerjasama pihak stakeholder. Dengan demikian, koordinasi yang baik dan implementasi yang terarah akan menghasilkan program acara yang berjalan lancar dan memberikan pengalaman menonton tayangan yang memuaskan.

5. Evaluasi

Setelah melalui proses produksi acara, diperlukan evaluasi untuk menganalisis kesalahan yang terjadi selama acara berlangsung sebagai perbaikan kedepannya. Proses evaluasi dilakukan tim Innovation Day dengan melakukan wawancara narasumber agar melihat dari sudut pandang stakeholder yang bekerja sama dan melakukan rapat evaluasi tim pelaksana untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi selama pelaksanaan acara. Pada tahap evaluasi dapat dilakukan rapat untuk menganalisa acara tersebut (Matthews, 2008).

Penutup

Program acara live streaming sharing knowledge Innovation Day dilakukan secara daring sebagai bentuk acara sharing knowledge yang dibuat oleh Perusahaan dengan memanfaatkan media sharing knowledge pada platform digital yang dapat diakses dimanapun. Acara live streaming sharing knowledge Innovation Day pada episode “How to Create a Personalized and Enganging Streaming Content” diselenggarakan dengan proses persiapan dan pelaksanaan yang menerapkan tahapan teori manajemen acara oleh Goldblatt (2002). Tahapan perencanaan hingga eksekusi acara dilakukan mulai dari Riset, Design, Perencanaan, Koordinasi, hingga Evaluasi

acara untuk menerapkan manajemen acara yang efisien dan efektif.

Proses pra produksi acara Innovation Day dilakukan dengan implementasi tahapan riset, design, dan perencanaan. Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, harapan, dan ekspektasi dari tujuan acara. Tahapan design penentuan konsep, gambaran kegiatan, isi konten, dan tujuan acara dilakukan dengan brainstorming tim untuk mengumpulkan ide-ide kreatif dalam membuat acara yang menciptakan pengalaman berkesan bagi audiens. Perencanaan dibuat dengan mencakup tiga hukum utama yaitu waktu, lokasi, dan tempo serta memperhatikan hal hal seperti penyusunan jadwal, personel yang terkait, serta tujuan acara.

Proses produksi acara Innovation Day memerlukan kerja sama dalam komunikasi organisasi agar sama-sama berkoordinasi dan terhubung antar rolejob untuk mencapai tujuan bersama. Proses aliran komunikasi saat proses produksi live streaming dilakukan dengan penerapan komunikasi organisasi melalui penyebaran pesan gabungan.

Proses pasca produksi acara dilakukan dengan evaluasi acara, pembagian hadiah, pengiriman merchandise, publikasi tayangan ulang, dan report acara. Tim Innovation Day melakukan evaluasi acara sebagai

perbaikan kedepannya dan menganalisis kesalahan yang terjadi. Melalui evaluasi, dilakukan identifikasi masalah dan mencari solusi untuk memperbaiki kesalahan agar tidak terjadi pada acara selanjutnya.

Implementasi teori manajemen acara pada Proses Produksi Live streaming Sharing knowledge Innovation Day menjadi kunci dalam mencapai tujuan yang terstruktur, terorganisir, efisien, dan efektif. Dengan koordinasi yang baik, penerapan strategi kreatif dan kerja sama tim dalam organisasi menciptakan tayangan yang baik sehingga pesan dan informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens melalui komunikasi pada pemanfaatan platform digital.

Daftar Pustaka

- Anderson, K. E. (2018). *Getting Acquainted With Social Networks And Apps: Streaming Video Games On Twitch.Tv*. Library Hi Tech News.
- Devina, G. (2018). Pengaruh Teamwork Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt. Federal International Finance Cabang Surabaya . *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Erwin, E. , S. A. D. , M. A. , H. S. , K. S. D. , D. E. B. , & M. N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi Dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fachruddin, A. (2014). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Kencana.
- Goldblatt, J. (2002). *Special Events : Twenty-First Century Global Event Management*.

- Goldblatt, J. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration* ((7th ed.)). Wiley.
- Jenkins, H. (2016). *Transmedia Logics And Locations. The Rise Of Transtexts: Challenges And Opportunities*.
- Kaswan. (2017). *Psikologi Industri & Organisasi: Mengembangkan Perilaku Produktif Dan Mewujudkan Kesejahteraan Pegawai Di Tempat Kerja*. Alfabeta.
- Khoiriah, I. B. (2020). *Peran Pengarah Acara Dalam Meningkatkan Kualitas Acara Goes To School Di Pro 2 Rri Pekanbaru*.
- Matthews, D. (2008). *Special Event Production: The Process*. Elsevier.
- Nadia Ayu Budiani, N., & Ferry Darmawan. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran House Of Smith Melalui Live Streaming Tiktok dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan di Era New Normal*. Bandung Conference Series: Communication Management
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2018). *Komunikasi Organisasi*. Remaja Rosdakarya.
- Panggiki, A. L. (2017). *Pengaruh Kompensasi, Kerjasama Tim dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi*. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*
- Pramandari, K. wiwin. (2022). *Pengaruh Knowledge Sharing, Komitmen Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt.Tirta Investama Aqua Mambal-Badung*
- Ramadhan, A. (2019). *Proses Produksi Siaran Langsung Program Pendidikan Iqra' Di Televisi Republik Indonesia (Tvri) Riau-Kepri*.
- Romli, K. (2011). *Komunikasi organisasi lengkap*. Gramedia Widiasarana.
- Ruliana, P. (n.d.). *Komunikasi Organisasi Teori Dan Studi Kasus*. PT RajaGrafindo Persada.
- Safitri, M. N. (2021). *Strategi Event Management Dalam Menjalankan Virtual Concert Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Prambanan Jazz Festival)*. Universitas Bakrie.