

Aktivitas PRFM dalam Kegiatan Promosi Tabungan BTPN Wow PRFM's Activity in Promotional Activities of BTPN Wow

¹Leni Adelina ²O. Hasbiansyah

^{1,2}Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹adelinaleni@gmail.com, ²hasbians@yahoo.com

Abstrack. This study contain research that aims to know what activities are done by PRFM in promotion activities of BTPN Wow, how the coordination is built between PRFM with BTPN and between PRFM's event crew and how efforts made by PRFM in maintaining the trust of clients who use their service. This research is a qualitative analysis with case study technique. The subject of this research is division of Marcomm PRFM, and the object of this research is an event held by PRFM in promotional activities of BTPN Wow. The results show that the activities has done by PRFM in promotional activities of BTPN Wow are special events. There is the coordination by PRFM with BTPN in this special event. Furthermore, there is coordination between the project director and project manager, project manager with event crew below her and between PRFM's event crew such as the design crew, backstage, registration & acquisition, runner and documentation. Then PRFM also built a coordinations with the community that involved in promotional activities of BTPN Wow. The effort that PRFM do to maintain client's trust who use their service is kepping good communication after event, provide better service to the client and ensure the implementation of the event in accordance with the proposal.

Keywords: Activities, Event Organizer, Management Event, PRFM

Abstrak. Skripsi ini berisi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow, bagaimana koordinasi yang dibangun antara PRFM dengan BTPN dan antar kru event PRFM serta bagaimana upaya yang dilakukan PRFM dalam mempertahankan kepercayaan klien yang menggunakan jasa event organizer dari PRFM. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitiannya adalah divisi Marcomm PRFM, sedangkan objek penelitiannya adalah event yang diselenggarakan PRFM dalam kegiatan promosi Tabungan BTPN Wow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow adalah special event. Dalam special event ini, terdapat koordinasi yang dilakukan oleh PRFM dengan BTPN. Selanjutnya, koordinasi juga dilakukan antara project director dengan project manager, project manager dengan kru event dibawahnya dan antar kru event PRFM seperti kru desain, backstage, registrasi dan akuisisi, runner serta dokumentasi. Selain itu, PRFM juga melakukan koordinasi dengan komunitas yang ikut terlibat dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow. Upaya yang dilakukan PRFM dalam mempertahankan kepercayaan klien yang menggunakan jasa event organizer dari PRFM adalah menjalin komunikasi yang baik setelah event, memberikan pelayanan yang lebih baik kepada klien dan memastikan pelaksanaan event sesuai dengan proposal.

Kata Kunci : Aktivitas, Event Organizer, Manajemen Event, PRFM

A. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan kebutuhan dari pengiklan, radio di Indonesia saat ini berlomba-lomba melakukan beragam inovasi. Tidak hanya menggali potensi kegiatan on-air, radio juga gencar melakukan kegiatan off-air dalam rangka memenuhi kebutuhan dari pengiklan. Melihat peluang dari kebiasaan pengiklan yang cenderung memilih media untuk dapat memenuhi seluruh kebutuhan promosinya membuat radio kini beralih fungsi menjadi event organizer. Peralihan fungsi ini dilakukan untuk mempertahankan eksistensi radio di kalangan pengiklan.

PRFM adalah radio siaran milik Pikiran Rakyat Group yang dikelola oleh anak perusahaannya, yaitu PT. Mustika Parahyangan. Selain menjadi salah satu radio berita di Bandung, PRFM juga ikut andil dalam kegiatan off-air pengiklan sebagai event

organizer sejak tahun 2014. Kiprah PRFM dalam pengelolaan kegiatan off-air cukup pesat dalam menarik perhatian pengiklan, hingga pada bulan April 2016 akhirnya PRFM dipilih oleh BTPN untuk kegiatan promosi tabungan BTPN Wow di Jawa Barat selama program *Torabika Soccer Championship* (TSC) 2016.

Melihat kesuksesan yang diraih PRFM dalam penyelenggaraan kegiatan off-air untuk kegiatan promosi tabungan BTPN Wow, BTPN terus melakukan kerjasama kembali dengan PRFM dan melaksanakan kegiatan off-air berikutnya. Terhitung sudah delapan event yang sudah diselenggarakan selama lima belas bulan dalam masa kerjasama PRFM dengan BTPN. Dan kedelapan event tersebut merupakan jumlah kegiatan off-air terbanyak sepanjang kerjasama PRFM dengan pengiklannya.

Sebagai *event organizer*, PRFM telah menyelenggarakan kegiatan off-air untuk kegiatan promosi tabungan BTPN di Jawa Barat, khususnya Bandung. Kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow* yang dilakukan PRFM merupakan salah satu kasus yang unik. Dimana kegiatan off-air yang dilakukan PRFM untuk mempromosikan BTPN *Wow* merupakan jumlah terbanyak sepanjang kiprah PRFM dalam bidang event organizer. Selain itu, dalam pelaksanaannya, PRFM melibatkan komunitas seperti kelompok supporter sepakbola Viking dan Komunitas Mural Bahatam serta mengajak anggotanya untuk menjadi nasabah tabungan BTPN *Wow*. Sisi menarik lainnya adalah pergantian kru *event* yang terjadi beberapa kali dalam setiap pelaksanaan *event* oleh PRFM dalam kegiatan off-air bersama BTPN. Sebagai perusahaan media, promosi memang merupakan kegiatan sehari-hari yang dilakukan PRFM. Namun karena PRFM sendiri bukanlah satu-satunya perusahaan media yang menyediakan jasa *event organizer*, maka PRFM melakukan upaya-upaya dalam membangun kepercayaan klien, sehingga klien akan terus mempertahankan kerjasama dan tetap menggunakan jasa *event organizer* dari PRFM.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “*Bagaimana aktivitas yang dilakukan PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow?*”. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk aktivitas PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow*?
2. Bagaimana koordinasi antara PRFM dengan BTPN dalam kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow*?
3. Bagaimana koordinasi antara tiap kru *event* PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow*?
4. Bagaimana upaya PRFM dalam mempertahankan kepercayaan klien yang menggunakan jasa *event organizer* dari PRFM?

B. Landasan Teori

Manajemen *event* adalah bagian dari ilmu manajemen yang menciptakan dan mengembangkan sebuah kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan orang-orang di satu tempat, melakukan serangkaian aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suatu kejadian (Kennedy, 2009:1). Manajemen *event* yang berkembang dalam organisasi dan bisnis saat ini dikarenakan adanya suatu kebutuhan akan adanya kegiatan besar atau kecil, dengan tujuan untuk memasarkan diri, memperoleh uang, atau merayakan sesuatu (Kennedy, 2009:2).

Event yang sering dilakukan oleh suatu lembaga bahkan perusahaan memiliki tujuan yang akan dicapai sesuai dengan keinginannya (Yuliana, 2016:256). *Event* merupakan salah satu bentuk dari *brand activation*, yang lebih efektif daripada memasang iklan melalui media. *Brand activation* merupakan salah satu metode

memperkenalkan dan juga mendongkrak penjualan produk kepada konsumen atau kepada target pasar yang dituju. Metode ini lebih efektif daripada memasang iklan di media yakni dengan menyelenggarakan *event* sehingga konsumen dapat merasakan langsung manfaat produk (barang atau jasa) perusahaan (Ismanthono, 2010:36).

Special event sendiri adalah acara yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian media atau khalayak tertentu terhadap perusahaan atau produk perusahaan (Ruslan dalam Natodrajo, 2011:134). Dengan terselenggaranya sebuah *event* atau acara, maka media atau khalayak umum akan menaruh perhatian kepada perusahaan yang menggelar acara tersebut atau tertarik dengan produk perusahaan tersebut.

Event organizer merupakan pelaksana acara yang menawarkan dan melaksanakan jasa khusus berupa *special event*, peluncuran suatu produk, penyelenggaraan promosi penjualan atau menyelenggarakan acara-acara khusus lain secara profesional yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan *event* demi terciptanya *event* yang efektif, teratur dan sesuai dengan permintaan klien (Natoradjo, 2011:2). Dalam melaksanakan fungsinya, pengerjaan *event* secara bertahap tentunya dapat membantu sebuah *event organizer* dalam menyelenggarakan sebuah acara dengan maksimal. Proses manajemen *event* sendiri terdiri dari *research, design, planning, coordinating* dan *evaluation* (Pudjiastuti, 2010:39).

Sebagai salah satu komponen dari proses manajemen *event*, koordinasi bisa diartikan sebagai penyesuaian diri dari masing-masing bagian, dan usaha menggerakkan serta mengoperasikan bagian-bagian pada waktu yang cocok, sehingga dengan demikian masing-masing bagian dapat memberikan sumbangan terbanyak pada keseluruhan hasil (Leonard D. White dalam Inu Kencana, 2011:33). Selanjutnya, kepercayaan klien merupakan hasil evaluasi dalam proses manajemen *event*. Kepercayaan (*trust*) merupakan kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan (Rofiq, 2007:32).

Penelitian kualitatif bersifat menemukan teori atau dalam hal ini menemukan cara memaknai aktivitas yang dilakukan PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan studi kasus yang merupakan uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial (Mulyana, 2010:201). Metode ini digunakan penulis dengan alasan bahwa kasus pada penelitian ini memiliki beberapa keunikan yaitu produk yang dipromosikan dalam kasus ini merupakan tabungan berbentuk rekening ponsel yang tidak menggunakan aplikasi yang hanya dapat diakses oleh tipe ponsel pintar, namun bisa diakses oleh ponsel sederhana melalui dengan akses yang mudah seperti cek pulsa. Selanjutnya, PRFM melibatkan komunitas dalam kegiatan promosinya. Selain itu, terjadi beberapa kali pergantian kru *event* yang bertugas dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan data-data yang diperoleh, berikut pemaparan hasil penelitian yang tentang aktivitas yang dilakukan PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow.

Bentuk aktivitas yang dilakukan oleh PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow

Bentuk aktivitas yang dilakukan oleh PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow adalah dengan menyelenggarakan *special event*. *Special event* ini sendiri dilaksanakan dalam rangka *brand activation* tabungan BTPN Wow. PRFM sendiri menyelenggarakan *special event* dalam rangka *brand activation* ini dengan melibatkan komunitas. Komunitas dilibatkan untuk mengumpulkan massa yang merupakan bakal calon nasabah yang akan diakuisisi oleh tim WAR BTPN Wow. Terhitung hingga saat ini ada empat tema *special event* dengan total delapan *event* yang telah diselenggarakan oleh PRFM. *Event* tersebut adalah Nonton bareng BTPN Wow yang diselenggarakan lima kali yakni di Bandung, Tasikmalaya, Bogor dan Karawang dan *Gathering Wartawan Olahraga* dengan melibatkan Komunitas Viking. Kemudian, *Panggung Grebek Wow* dan *Cibeunying Kidul Festival Kota Bandung* yang melibatkan komunitas Mural Babakan Haji Tamim.

Penyelenggaraan event-event tersebut terdapat beberapa karakteristik, yaitu selalu melibatkan komunitas, seperti bekerjasama dengan komunitas suporter sepak bola PERSIB, Viking untuk *event* Nonton bareng hingga komunitas Mural Bahatan untuk menyelenggarakan *Panggung Grebek Wow* dan *Cibeunying Kidul Festival Kota Bandung* di Padasuka. Komunitas yang dilibatkan memiliki peran yang cukup penting dalam menyiapkan massa yang merupakan sasaran promosi tabungan BTPN Wow. Selanjutnya, PRFM mengalami pergantian orang dalam pengerjaan beberapa *event*. Pergantian kru ini sendiri disebabkan sumber daya manusia yang dimiliki oleh PRFM dalam menyelenggarakan *event* biasanya berasal dari mahasiswa yang sedang magang di PRFM. Kemudian, kegiatan promosi tabungan BTPN Wow dilakukan PRFM secara berkala, hingga saat ini, telah terlaksana sekitar delapan *event* dalam kurun waktu satu tahun lima bulan atau sekitar tujuh belas bulan terakhir.

Tabel 1. Periode waktu aktivitas PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow

<i>Event</i>	Waktu
Nonton bareng BTPN Wow	
1. Taman Film Bandung	28 Mei 2016
2. Alun-Alun Ujung Berung	27 Agustus 2016
3. Gor Dadaha Tasikmalaya	10 September 2016
4. Gor Padjajaran Bogor	8 Oktober 2016
5. Gor Singaperbangsa Karawang	5 November 2016
Gathering Wartawan Olahraga	9 Desember 2016
Panggung Grebek Wow	21 Mei 2017
Cibeunying Kidul Festival Kota Bandung	7 Oktober 2017

Proses manajemen event yang dilakukan PRFM dimulai dari riset mengenai tabungan BTPN Wow untuk mengetahui konsep event yang cocok. Setelah itu mulailah dibuat proposal event dan dipresentasikan dihadapan klien. Dalam peresentasi ini dibuat pula kesepakatan kerja dan juga penyesuain anggaran sesuai kebutuhan. Setelah disepakati, maka dimulailah tahap pengerjaan desain promosi, layout tempat kegiatan dan juga penyusunan rundown acara. Tahap ini dilakukan

dibarengi tahap revisi dan juga tahap koordinasi dengan tim WAR BTPN Wow dan komunitas yang akan dilibatkan. Seluruh tahap ini nantinya akan PRFM susun dalam laporan update untuk disampaikan kepada klien. Sebelum melaksanakan event, seluruh kru memeriksa kembali jobdesk masing-masing untuk memastikan seluruh persiapan telah dikerjakan. Sehingga saat penyelenggaraan event bisa sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah event selesai, PRFM melakukan evaluasi internal yang selanjutnya akan menjadi bahan laporan pertanggung jawaban event yang nantinya akan diserahkan kepada klien dan menjadi bahan evaluasi bersama.

Koordinasi antara PRFM dengan BTPN dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow

Dalam aktivitas PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow, tentu terdapat peran-peran yang berbeda dari pihak PRFM maupun BTPN. PRFM berperan sebagai *event organizer* sedangkan Marketing BTPN Wow sebagai klien yang membutuhkan jasa *event organizer* untuk melakukan kegiatan promosi tabungan BTPN Wow. PRFM sendiri dipilih sebagai event organizer diawali dengan kerjasama BTPN dengan Surat Kabar Pikiran Rakyat. Hingga akhirnya, Surat Kabar Pikiran Rakyat Bandung kemudian memberikan wewenang kepada salah satu anak perusahaannya yang cukup aktif dalam bidang *event organizer* yaitu PRFM. Koordinasi dilakukan PRFM dan BTPN mulai dari diskusi proposal event, dan tahap pengerjaan desain promosi dan penyusunan rundown hingga proses akuisisi yang dilakukan tim WAR BTPN Wow dengan kru event PRFM dalam mengakuisisi nasabah selama kegiatan promosi tabungan BTPN Wow berlangsung.

Koordinasi antara tiap kru *event organizer* PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow

Koordinasi antara tiap *kru event organizer* PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN Wow terdiri dari koordinasi antara *Project Director* dengan *Project manager*, *Project manager* dengan kru event dibawahnya, antar kru event PRFM serta antara PRFM dengan komunitas. *Project director* menjadi penanggung jawab seluruh kegiatan untuk disampaikan kepada klien, sedangkan *project manager* menjadi penanggung jawab lapangan yang membagi jobdesk dan memastikan pekerjaan masing-masing kru telah terlaksanakan. Tiap kru event sendiri memiliki tanggung jawab masing-masing dengan pekerjaannya yang nantinya akan dikumpulkan secara kolektif dan disusun dalam sebuah laporan pertanggung jawaban event. Selanjutnya koordinasi dilakukan dengan komunitas untuk memudahkan kru event PRFM dalam melakukan survey lokasi dan juga saran-saran mengenai konten acara yang dirasa cocok dengan situasi event yang sedang berlangsung.

Upaya PRFM dalam Mempertahankan kepercayaan klien pengguna jasa *event organizer* dari PRFM

Untuk mempertahankan eksistensinya sebagai media yang menyediakan jasa *event organizer*, PRFM melakukan upaya-upaya untuk memelihara kepercayaan klien terutama kepercayaan dari BTPN. Untuk membentuk citra yang baik dihadapan klien, PRFM menjalin komunikasi yang baik setelah kerjasama *event* selesai Aris Hermansyah selaku *Manager Marcomm* PRFM, menjaga hubungan baik antara PRFM dan BTPN setelah pelaksanaan *event* dengan melakukan kunjungan ke BTPN saat menyerahkan laporan pertanggung jawaban *event*. Hal ini dilakukan agar tercipta hubungan yang dekat dengan BTPN dan memberikan citra baik terhadap PRFM. Selanjutnya, pelayanan yang lebih baik kepada klien dilakukan PRFM dengan

memberikan bonus-bonus promosi untuk BTPN selama kerjasama *event* berlangsung. Salah satu bonus yang diberikan PRFM memperbanyak waktu siar promosi *event* selama kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow* lewat media sosial instagram PRFM. Yang terakhir, adalah pelaksanaan *event* yang sesuai dengan proposal. Hal ini dilakukan dengan berusaha mendahulukan komunikasi yang cepat dengan klien dalam menjalankan tugas baik pada saat *survey*, desain media promosi, kegiatan *pre-event* hingga *on event*. Kemudian pengerjaan *event* yang transparan secara terbuka dan jujur membuat klien dapat mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang terjadi selama proses persiapan dan bagaimana cara PRFM menemukan solusi dan menyelesaikannya. Sehingga klien dapat memastikan bahwa PRFM telah melaksanakan tugasnya sesuai dengan target yang telah disepakati sebelumnya. Melalui upaya-upaya ini, PRFM menjadikan aktivitasnya sebagai *track record* pengerjaan *event* yang baik dengan potensi membuka peluang klien untuk bekerjasama kembali di masa yang akan datang. *Track record* pengerjaan *event* inilah yang membuat BTPN *Wow* hingga saat ini masih bekerjasama dengan PRFM dalam melaksanakan kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow* di Bandung melalui *event*.

D. Kesimpulan

Penulis menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bentuk aktivitas yang dilakukan oleh PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow* adalah *special event* yaitu *event* Nonton bareng BTPN *Wow*, Gathering Wartawan Olahraga, Panggung Grebek *Wow* dan Cibeunying Kidul Festival Kota Bandung.
2. Koordinasi antara PRFM dengan BTPN dalam kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow* diawali dengan kerjasama BTPN dengan Surat Kabar Pikiran Rakyat Bandung. Hingga akhirnya kemudian PRFM sebagai salah satu anak perusahaannya yang cukup aktif dalam bidang *event organizer* mengambil alih tugas tersebut. PRFM berperan sebagai *event organizer* sedangkan Marketing BTPN *Wow* sebagai klien yang membutuhkan jasa *event organizer* untuk melakukan kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow*.
3. Koordinasi antara tiap *kru event organizer* PRFM dalam kegiatan promosi tabungan BTPN *Wow* terdiri dari koordinasi antara *Project Director* dengan *Project manager*, *Project manager* dengan *kru event* dibawahnya, antar *kru event* PRFM serta antara PRFM dengan komunitas.
4. Upaya yang dilakukan PRFM dalam mempertahankan kepercayaan klien yang menggunakan jasa *event organizer* PRFM adalah menjalin komunikasi yang baik setelah *event*, memberikan pelayanan yang lebih baik kepada klien dan memastikan pelaksanaan *event* sesuai dengan proposal.

Daftar Pustaka

- Ismanthono, Henricus W. 2010. *Kamus Istilah Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara
- Kennedy, John E. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Sembilan*. Dialihbahasakan oleh Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Natoradjo, Sulyus. 2011. *Event Organizer: Dasar-dasar Event Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rofiq, Ainur. 2007. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan e-commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia)*. Tesis (dipublikasikan).Malang:Universitas Brawijaya.
- Syafiie, Inu Kencana. 2011. *Manajemen Pemerintahan*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Yuliana. 2016. “Hubungan Antara Event Night at The Museum dengan Sikap Pengunjung Museum Geologi Bandung”, dalam Jurnal SPeSIA Prosiding Manajemen Komunikasi Volume 2, No.2, Tahun 2016 (hal. 256).

