

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

MAW Talk merupakan sebuah *platform* media digital yang membahas isu *public relations* (PR), media, dan kepemimpinan. Media ini didirikan pada 12 Juni 2020 oleh Asmono Wikan yang merupakan seorang profesional dan pebisnis di bidang *public relations* dan media. Program-program MAW Talk yaitu MAW Talkshow, MAW Talk Awards (MTA), MAW Talk Podcast, MAW Talk Outlook (MTO), dan MAW Talk Edu.

MAW Talk Outlook (MTO) adalah sebuah gelaran konferensi yang diselenggarakan sebagai agenda tahunan oleh MAW Talk di Yogyakarta. MTO merupakan kegiatan yang menghadirkan *cross insight* dan pendalaman materi dengan pembicara dan peserta yang datang dari berbagai profesi. Melalui MTO, MAW Talk mempertemukan gagasan lintas perspektif tentang strategi komunikasi yang efektif dalam menghadapi *circumstances* mendatang.

Pada Kamis-Jumat, 5-6 Oktober 2023, MAW Talk mempersembahkan MAW Talk Outlook 2024 “Strategi Keberlanjutan dan Bertumbuh di Tahun Politik: Perspektif Komunikasi dan Bisnis”, yang bertujuan untuk memitigasi dan mengurai situasi politik nasional sekaligus mengambil peluang dan posisi yang tepat bagi para komunikator dan pebisnis di tengah memanasnya periode tahun politik menjelang transisi kepemimpinan.

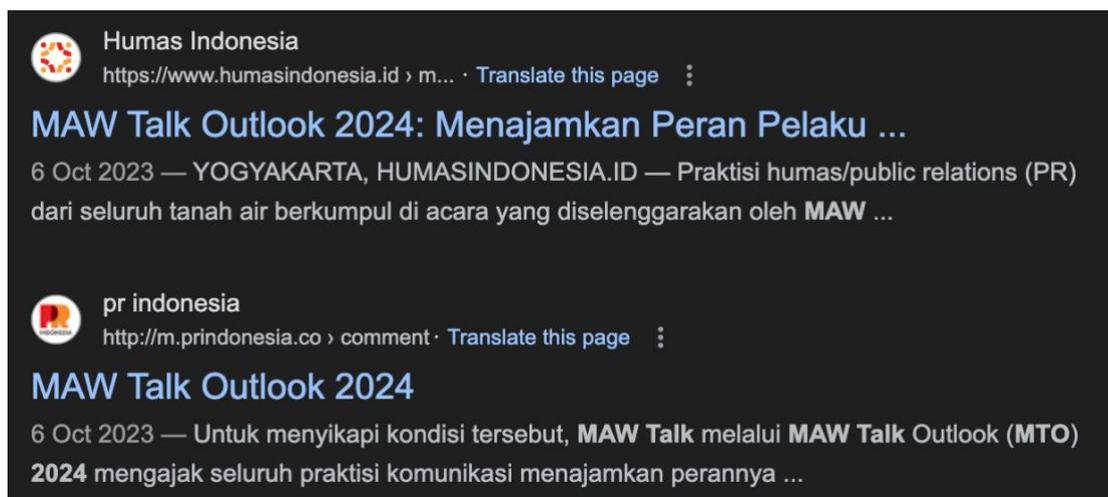
MTO 2024 diselenggarakan selama dua hari di Hotel Crystal Lotus, Yogyakarta. Forum ini merupakan rangkaian konferensi yang mengundang para pembicara dari kalangan korporasi, lembaga pemerintah, asosiasi media, dan akademisian, yang memberikan *insight* dan perspektif strategis bagi para komunikator dan pebisnis untuk mengambil keputusan-keputusan serta narasi-narasi yang tepat dan jernih selama periode tahun politik. MTO 2024 juga dihadiri oleh peserta yang datang dari praktisi PR, praktisi media, praktisi bisnis, akademisian, dan mahasiswa.

Penulis berpendapat bahwa publikasi menjadi penunjang yang sangat penting dalam penyelenggaraan MTO oleh MAW Talk. Pasalnya pada hakikatnya penyelenggaraan *event* sangat erat hubungannya dengan publikasi baik sebelum dan sesudah berlangsungnya *event* (Olga, 2014). Dengan publikasi yang optimal, maka peluang tercapainya indikator keberhasilan penyelenggaraan MTO akan semakin besar.

Setelah rangkaian MTO 2024 selesai digelar pada Oktober 2023 lalu, penulis menemukan bahwa publikasi pasca-event MTO 2024 masih cukup terbatas, yakni hanya melalui unggahan #MAWTalkInsight pada media sosial Instagram @asmonowikan dan muatan berita pada media komunitas PR Indonesia. MAW Talk memiliki akun media sosial Instagram dengan akun pengguna @mawtalk, namun akun tersebut baru ditambahkan sebagai kanal media MAW Talk pada Desember 2023 lalu. Sampai saat ini, belum terdapat publikasi pasca-event MTO 2024 pada akun tersebut.



Gambar 1. Tangkapan layar profil Instagram @asmonowikan



Gambar 2. Tangkapan layar pemberitaan MTO 2024 di media komunitas PR Indonesia

Padahal, sebagai gelaran MTO pertama yang diselenggarakan dalam skala besar dibutuhkan sarana publikasi yang ideal untuk event tersebut. Terlebih, MTO 2024 menjadi *benchmark* bagi penyelenggaraan *event-event* oleh MAW Talk kedepannya sehingga publikasi pasca-event dari penyelenggaraan MTO 2024 seharusnya dapat dilakukan dengan lebih optimal. Untuk itu, dibutuhkan sarana yang mampu mengemas informasi kegiatan MTO 2024 dengan menarik, baik dari estetika dan muatan informasi sehingga nilai dan pesan MTO 2024 dapat disampaikan dengan baik.

Disamping itu, pada tahun ini gelaran serupa direncanakan akan berlangsung pada November mendatang dengan tajuk “The 3rd MAW Talk Outlook 2025”. MTO 2025 akan mengulas berbagai perspektif terkait isu-isu pada tahun yang akan datang. Adapun target audiens dari gelaran MTO adalah publik pada lingkup isu-isu PR, media, dan kepemimpinan yang terdiri dari praktisi PR dan media, pebisnis, akademisian, dan mahasiswa.

Menyikapi situasi ini, publikasi dalam penyelenggaraan MTO menjadi hal yang sangat penting. Sarana publikasi MTO 2024 memiliki tujuan, yaitu: (1) sebagai *throwback* bagi peserta melalui *event recap* penyelenggaraan MTO 2024; dan (2) sebagai sebuah strategi promosi untuk menarik minat peserta untuk mengikuti MTO 2025 serta menjangkau calon peserta dengan cakupan yang lebih luas. Strategi promosi dengan sarana yang menyediakan informasi menarik dan menjelaskan kelebihan MTO dapat membuat audiens segera mengambil tindakan.

Dari temuan tersebut, penulis menginisiasi pembuatan buklet digital sebagai sarana *recap* penyelenggaraan MTO 2024 sekaligus media promosi dalam bentuk *teaser* untuk penyelenggaraan MTO 2025 pada November mendatang. Buklet digital adalah media elektronik (non-cetak) yang berisi lembaran-lembaran elemen visual berupa: huruf, foto, gambar, dan garis yang disajikan dalam bentuk PDF yang bersifat jelas, mudah dipahami, tegas dan menarik (Safitri dan Prananta, 2022). Buklet merupakan media komunikasi publik yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan promosi untuk dipahami audiens (Gani, 2018).

Pemilihan bentuk buklet sebagai sarana untuk mengemas informasi MTO didasari alasan karena muatan buklet yang lebih variatif. Buklet merupakan media yang menyajikan materi dalam bentuk ringkasan dan memiliki gambar yang menarik sehingga muatan buklet menjadi tidak monoton. Dengan demikian, buklet dapat digunakan sebagai sumber informasi yang lebih mudah dipahami.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, buklet dianggap efektif digunakan sebagai sarana mengemas informasi untuk publikasi *event* MTO yang diselenggarakan oleh MAW Talk. Penggunaan elemen visual dalam buklet merupakan pendukung dari informasi yang bersifat representatif. Elemen visual yang terdiri dari gambar, ilustrasi, dan grafis dapat memperkuat cerita dan memudahkan pembaca untuk memahami *scene* yang diangkat. Dengan demikian, penggambaran cerita menjadi lebih hidup dan dapat menciptakan kontak dengan pembaca (Cenadi, 1999). Selain itu, penggunaan gambar dalam media promosi buklet dapat meningkatkan ingatan pembaca (Ali dan Fauzi, 2024).

Muatan visual yang akan digunakan dalam buklet digital adalah dokumentasi kegiatan ketika berlangsungnya MTO 2024 pada 5-6 Oktober 2023 lalu. Dokumentasi MTO 2024 yang akan diolah sebagai muatan visual dalam buklet diantaranya adalah foto kegiatan, foto tokoh, dan beberapa foto pendukung. Selain foto, penulis juga mengombinasikan elemen grafis untuk menambah estetika pada *layout* buklet berupa gambar atau ilustrasi.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis akan menerbitkan sebuah karya komunikasi yang ditujukan untuk publikasi MTO 2024 dalam bentuk buklet digital bernama **MAW Talk Outlook 2024: “Strategi Keberlanjutan dan Bertumbuh di Tahun Politik: Perspektif Komunikasi dan Bisnis”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah untuk penerbitan buklet digital MAW Talk Outlook 2024, yaitu:

Bagaimana perencanaan dan eksekusi muatan visual dalam penerbitan buklet digital MAW Talk Outlook 2024?

C. Tujuan dan Manfaat Karya

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penerbitan buklet digital MAW Talk Outlook 2024 adalah untuk membuat suatu karya komunikasi dalam bentuk media digital (non-cetak) sebagai sarana publikasi MTO 2024.

2. Manfaat

- a. Sebagai realisasi penerbitan buklet digital untuk publikasi MAW Talk Outlook 2024 dan promosi dalam bentuk *teaser* untuk MAW Talk Outlook 2025 mendatang;
- b. Sebagai masukan dan kajian bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi khususnya *public relations*;
- c. Sebagai rujukan untuk mahasiswa mengenai karya komunikasi serupa; dan
- d. Sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh penulis sebagai mahasiswa.

D. Kajian Riset (*Benchmark Karya Sejenis*)

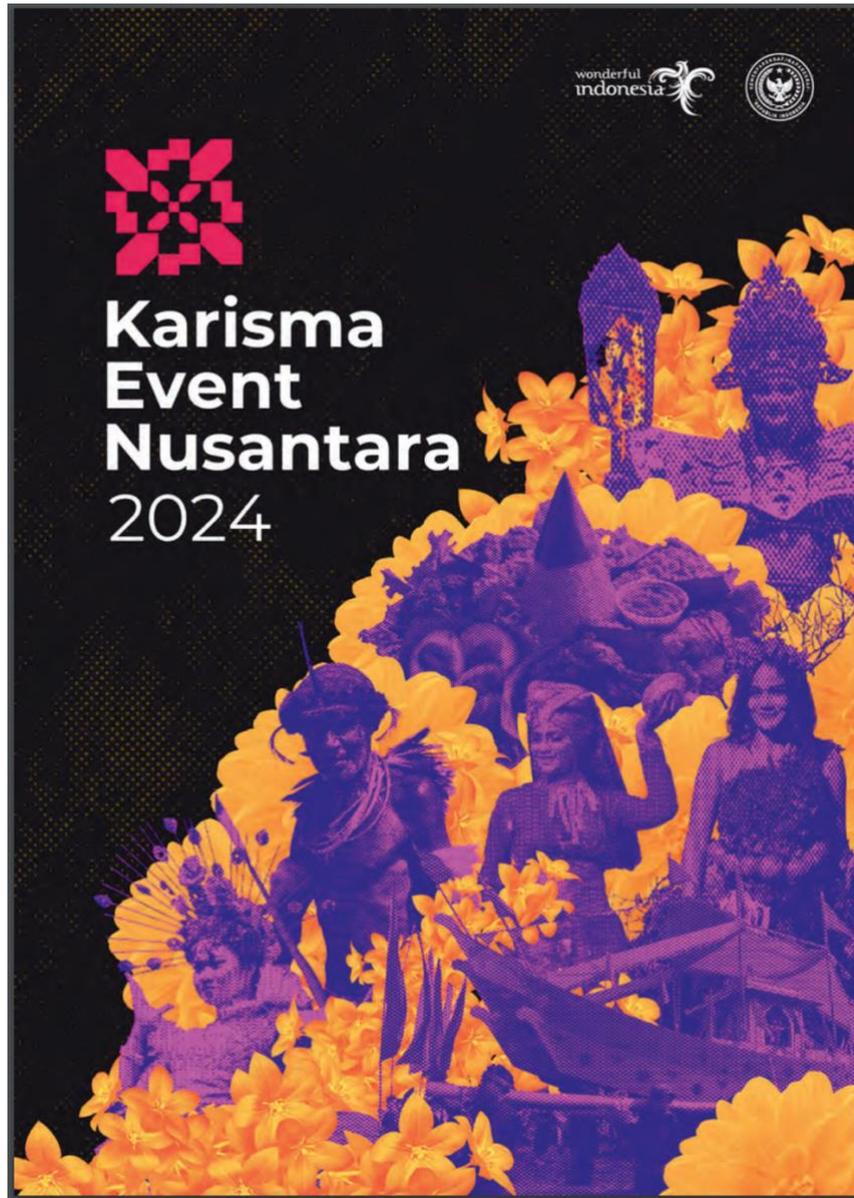
Referensi buklet yang akan digunakan penulis sebagai acuan referensi karya komunikasi sejenis dalam pembuatan buklet digital MTO 2024, diantaranya:

1. Buklet Digital Karisma Event Nusantara Tahun 2023 dan 2024

Buklet digital Karisma Event Nusantara Tahun 2023 dan 2024 merupakan media yang berisi informasi ringkasan penyelenggaraan *event-event* kebudayaan daerah di Indonesia sepanjang tahun 2023 dan 2024. Buklet ini merupakan sarana publikasi dan promosi dari penyelenggaraan *event* di berbagai daerah nusantara. Penulis menemukan kesesuaian model buklet yang dianggap relevan digunakan sebagai referensi dalam penerbitan buklet digital.



Gambar 3. Sampul buklet digital Karisma Event Nusantara 2023



Gambar 4. Sampul buklet digital Karisma Event Nusantara 2024

2. Buklet Digital Animangaki 2023

Buklet digital Animangaki 2023 merupakan media promosi *event* festival komunitas seni Jepang yang berisi pameran dan *workshop* pada 25-27 Agustus 2023 di Mines International Exhibition & Convention Centre (MIECC), Selangor, Malaysia. Buklet ini merupakan sarana promosi yang menyajikan gambaran kegiatan dalam *event* festival tersebut. Penulis menemukan kesesuaian model buklet yang dianggap relevan digunakan sebagai referensi dalam penerbitan buklet digital.



Gambar 5. Sampul buklet digital Animangaki 2023

3. Buklet Digital Dulux Race To The King 2023 Event Day

Buklet digital Dulux Race To The King 2023 Event Day merupakan media yang berisi gambaran kegiatan *event* maraton pada 17 Juni 2023 di Sussex Barat, Inggris. Buklet ini merupakan sarana publikasi dan edukasi kepada peserta mengenai *event* lari maraton yang diselenggarakan. Penulis menemukan kesesuaian model buklet yang dianggap relevan digunakan sebagai referensi dalam penerbitan buklet digital.



Gambar 6. Sampul buklet digital Dulux Race To The King 2023

E. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode analisis untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang dimiliki buklet digital MTO sebagai sarana publikasi.

| | |
|---|---|
| <p><i>Strengths (Kekuatan)</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Memberikan sajian informasi penyelenggaraan MTO 2024 secara terdokumentasi.2. Mengemas informasi secara menarik, informatif, dan aktual3. Memiliki akses yang mudah dan fleksibel. | <p><i>Weaknesses (Kelemahan)</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Cakupan audiens yang spesifik.2. Tidak interaktif dibandingkan dengan konten di media sosial. |
| <p><i>Opportunities (Peluang)</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Era siber PR menunjang publikasi konten digital.2. Banyak pengguna yang sering melakukan aktivitas di media daring. | <p><i>Threats (Ancaman)</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Publikasi media berbentuk buklet digital tidak sepopuler bentuk cetak. |

Tabel 1. Analisis SWOT buklet digital MAW Talk Outlook 2024

F. Media Diseminasi

1. Saran Publikasi

Buklet digital MAW Talk Outlook 2024 dapat dipublikasikan melalui kanal media MAW Talk. Adapun media yang dikelola MAW Talk sebagai *platform* utama dalam menyampaikan informasi adalah *website* (www.asmonowikan.com) dan media sosial Instagram (@mawtalk).

Pemilihan *website* sebagai media publikasi utama didasari alasan *website* perusahaan merupakan sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh individu ketika membutuhkan informasi tentang perusahaan (Akhlakulkarimah & Nur Anisah, 2017). Disamping itu, publikasi melalui *website* memudahkan penyampaian informasi kepada audiens. Audiens dapat mengakses buklet digital dimana saja dan kapan saja secara fleksibel melalui *website* MAW Talk. *Website* juga

memungkinkan muatan informasi detail sehingga dapat menunjang publikasi lebih optimal.

Publikasi melalui media sosial dibutuhkan sebagai penunjang publikasi buklet digital MAW Talk Outlook 2024 pada *website* MAW Talk. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan lebih interaktif karena audiens dapat berpartisipasi dan memberikan umpan balik secara langsung. Media sosial juga memiliki karakteristik *connectedness* yang merupakan keterhubungan dengan memanfaatkan tautan yang mengarahkan untuk berpindah ke sumber yang lain (Mayfield, 2008). Kelebihan ini dapat menunjang optimalisasi publikasi MTO pada *website* MAW Talk.

Secara teknis, publikasi buklet digital MAW Talk Outlook 2024 melalui *website* dilakukan dengan menyediakan *digital download* dalam bentuk dokumen elektronik untuk dimuat dalam sub menu pada halaman utama laman MAW Talk. *Digital download* buklet MAW Talk Outlook 2024 dapat dicantumkan dalam sub menu “Galeri” yang berisi informasi kegiatan MAW Talk atau dengan menambahkan sub menu “Buklet” pada halaman utama *website*.



MAW Institute

MAW Talk ▾

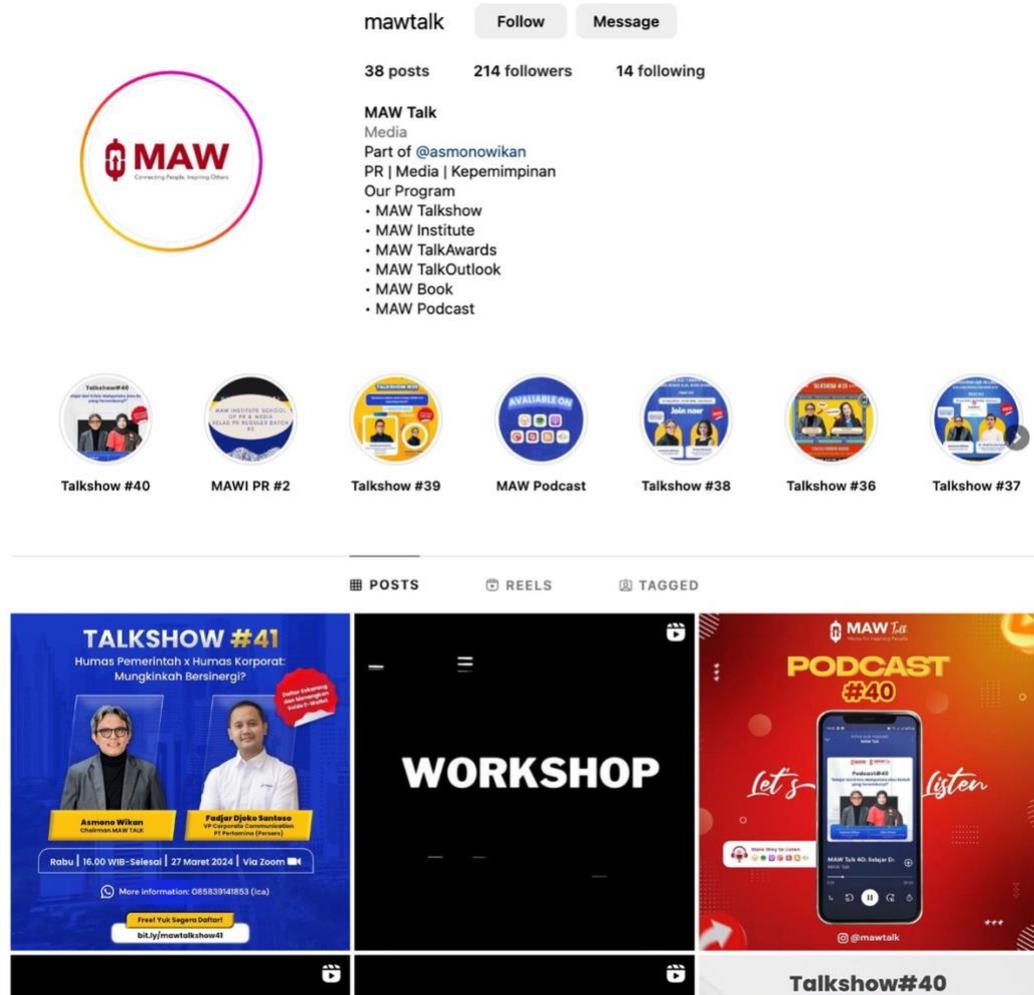
Artikel

Galeri



Gambar 7. Tampilan menu utama *website* MAW Talk www.asmonowikan.com

Sementara itu, publikasi melalui media sosial Instagram sebagai penunjang publikasi *website* dilakukan dengan mengunggah konten buklet digital menggunakan fitur *Instagram story*. Konten *Instagram story* berisi informasi buklet digital MAW Talk Outlook 2024 beserta tautan buklet *digital* untuk ditambahkan ke dalam “sorotan” pada halaman utama akun Instagram @mawtalk. Dengan demikian, publikasi buklet digital MAW Talk Outlook 2024 dapat dilakukan secara terintegrasi melalui kanal media MAW Talk.



Gambar 8. Tampilan profil Instagram MAW Talk @mawtalk

2. Evaluasi Pra-Publikasi

Pra-publikasi buklet digital buklet digital MAW Talk Outlook 2024 dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner *pre-test*. Evaluasi pra-publikasi bertujuan untuk mengetahui *feedback* audiens terhadap buklet digital sebelum dipublikasikan secara resmi. Selain itu, evaluasi pra-publikasi juga bertujuan untuk mengetahui efektifitas buklet digital sebagai sarana publikasi, sehingga dapat menjadi dasar untuk perbaikan dan penyempurnaan.

Evaluasi pra-publikasi dilaksanakan dengan memberikan kuesioner kepada responden untuk memperoleh pernyataan responden. Kuesioner *pre-test* publikasi buklet digital MTO 2024 berisi pertanyaan mengenai segmentasi audiens buklet digital, keterbacaan (*readability*) buklet digital, dan muatan informasi mengenai penyelenggaraan MAW Talk Outlook dalam buklet digital.

G. Evaluasi

Evaluasi dalam penerbitan buklet digital MAW Talk Outlook 2024 merupakan kegiatan untuk mengukur keberhasilan program dengan mengacu pada indikator keberhasilan. Model evaluasi yang digunakan dalam produksi buklet digital MAW Talk Outlook 2024 adalah formatif dan sumatif. Evaluasi formatif adalah penilaian yang dilakukan ketika proyek sedang berjalan; sedangkan evaluasi sumatif merupakan penilaian yang dilakukan di akhir untuk memastikan kesesuaian proyek dengan perencanaan (Dale, 2004).

Dalam penerbitan buklet digital, evaluasi formatif dilakukan dengan meninjau proses penyusunan *layout* visual secara berkala. Penilaian ini bertujuan untuk mengembangkan proyek secara maksimal; sedangkan evaluasi sumatif dilakukan dengan memastikan kesesuaian produk dengan perencanaan. Tim redaksi akan meninjau produk akhir buklet digital secara menyeluruh untuk memastikan kesesuaian proyek dengan rencana produksi.

Evaluasi penerbitan buklet digital dilakukan dengan mengukur keberhasilan proyek yang mengacu pada indikator yang telah ditetapkan. Adapun indikator keberhasilan dalam penerbitan buklet digital MAW Talk Outlook 2024, yaitu:

1. Memproduksi buklet digital MAW Talk Outlook 2024 sebagai konten publikasi sejumlah 20 halaman.
2. Menerbitkan buklet digital MAW Talk Outlook 2024 sebagai muatan informasi penyelenggaraan MTO pada 5-6 Oktober 2023 dengan tema “Strategi Keberlanjutan dan Bertumbuh di Tahun Politik: Perspektif Komunikasi dan Bisnis”.
3. Menerbitkan buklet digital MAW Talk Outlook 2024 dalam bentuk dokumen elektronik untuk didistribusikan melalui *website* MAW Talk (www.asmonowikan.com) dan unggahan pada *Instagram story* MAW Talk (@mawtalk).

H. Deskripsi Karya

Buklet digital MAW Talk Outlook 2024: Strategi Keberlanjutan dan Bertumbuh di Tahun Politik: Perspektif Komunikasi dan Bisnis merupakan sebuah karya komunikasi yang diperuntukan sebagai konten publikasi penyelenggaraan MTO 2024. Konten publikasi ini memuat informasi mengenai acara MTO 2024 yang diselenggarakan oleh MAW Talk pada tanggal 5-6 Oktober 2023.

Buklet digital yang diterbitkan memiliki ukuran halaman 140x200 mm. Muatan teks dalam desain buklet menggunakan tipe huruf (*font*) Helvetica yang memberikan nuansa modernis dengan *style* yang menekankan *cleanliness*, *readability*, dan *objectivity* (kettlefirecreative.com, 2017). Desain buklet menggunakan komposisi warna desain RGB (*red*, *green* dan *blue*). Palet warna buklet digital mengacu pada warna yang digunakan dalam MTO 2024, yang terdiri dari 6 warna utama, yaitu warna dengan kode #f9f5ea, #a5b3ad, #5e8987, #817e6f, #39504c, dan #24709d.



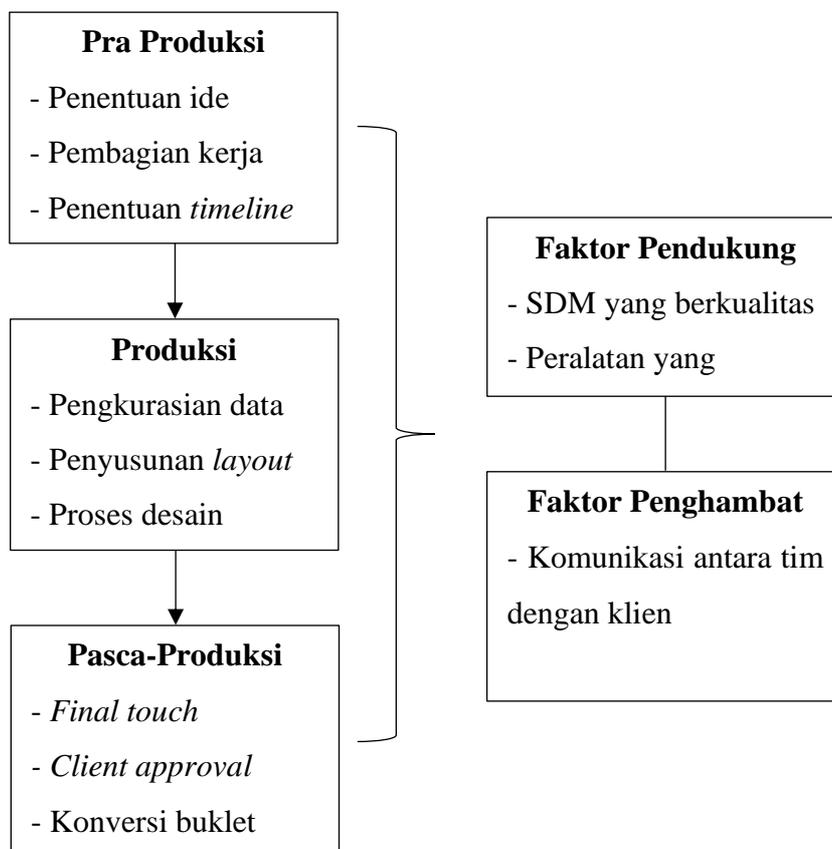
Gambar 9. Palet warna buklet digital MAW Talk Outlook 2024

Output produk buklet merupakan dokumen elektronik sehingga desain buklet menggunakan resolusi 300 dpi (*pixels*) untuk dapat menghasilkan tampilan visual yang berkualitas. Isi buklet terdiri dari rubrikasi artikel visual berjumlah 20 halaman. Adapun *layout* yang akan dimuat dalam buklet meliputi:

1. Sampul Depan
2. Halaman 2,3 (*Sponsor*);
3. Halaman 4 (*Foreword*);
4. Halaman 5 (*Table of Content*);
5. Halaman 6 (*MAW Talk Outlook 2024*);
6. Halaman 7 (*Keynote Speaker*)
7. Halaman 8 (*Konferensi Sesi 1*);
8. Halaman 9 (*Konferensi Sesi 2*);
9. Halaman 10 (*Konferensi Sesi 3*);
10. Halaman 11 (*Talkshow*);
11. Halaman 12 (*“What Happened?”*);

12. Halaman 13 (*What to Do?*);
13. Halaman 14,15 (*Workshop*);
14. Halaman 16,17 (*MTO 2024 Moments*);
15. Halaman 18 (*Kenang-kenangan*);
16. Halaman 19 (*MTO Appreciation*);
17. Halaman 20, 21 (*The 3rd MAW Talk Outlook 2025*); dan
18. Sampul Belakang.

I. Kerangka Produksi



J. Metode Penciptaan Karya

1. Penerbitan Buklet Digital

Penerbitan buklet digital MAW Talk Outlook 2024 terdiri pengumpulan data, pengkurasian data, dan produksi buklet. Pengumpulan data dilaksanakan pada 5-6 Oktober pada saat acara berlangsung dan proses pembuatan buklet dilaksanakan pada Februari-Juni 2024. Produksi buklet digital MAW Talk Outlook 2024 secara umum terdiri dari tiga tahapan, meliputi:

a. Pra Produksi

Pada tahap ini, tim melakukan persiapan meliputi penentuan ide dan pembuatan rancangan dasar penerbitan buklet digital secara teknis yang dituangkan dalam *project brief* buklet digital MTO 2024.

b. Produksi

Pada tahap ini, tim melakukan eksekusi pembuatan buklet digital berdasarkan perencanaan pada tahap pra-produksi. Keseluruhan proses pembuatan buklet digital dilakukan pada tahap produksi, meliputi proses penyusunan *layout* dan proses desain buklet.

c. Pasca Produksi

Pada tahap ini, tim melakukan proses *final touch* pada keseluruhan desain buklet. Kemudian, proses dilanjutkan dengan *final check* dan *client approval*. Selanjutnya dilakukan proses akhir yaitu mengkonversi format buklet menjadi dokumen elektronik.

d. Susunan Redaksi

- 1) Redaktur : Fitria Salsabila
- 2) Editor : Fitria Salsabila
- 3) *Layouter* : Dhimas Naufal Hanung Prayoga
- 4) Desainer Grafis : Dhimas Naufal Hanung Prayoga

e. Rencana Anggaran Biaya

| No. | Jenis Item | Harga (Rp) |
|-------------------|---|----------------|
| 1 | Pembelian <i>editing software</i> Adobe Photoshop 2024 | 140.000 |
| 2 | Pembelian lisensi penggunaan Vektor Yogyakarta melalui www.vecteezy.com | 115.000 |
| 3 | Penerbitan buklet digital melalui www.flipsnack.com | 250.000 |
| 4 | Biaya tak terduga | 100.000 |
| Total (Rp) | | 605.000 |

Tabel 2. Rencana anggaran biaya penerbitan buklet digital MAW Talk Outlook

K. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam produksi buklet dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi acara pada 5-6 Oktober 2023. Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan objektif adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber MAW Talk Outlook 2024 untuk memperoleh informasi.

2. Materi Sesi

Mengumpulkan materi presentasi tiap narasumber yang terdapat dalam sesi acara.

3. Dokumentasi

Mendokumentasikan acara dalam bentuk gambar, rekaman, dan liputan.