

Peran Show Director Pada Pengelolaan Acara Live Streaming Sharing Knowledge Innovation Day Episode “ Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries”

Muhammad Alfanza Rizqy Dzakwan¹, Idola Perdini Putri ²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, fanza.irawan@gmail.com

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, idolaperdiniputri@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The rapid pace of digital transformation encourages PT Telkom Indonesia to continuously innovate, including through the implementation of virtual knowledge-sharing programs such as Innovation Day. The decline in viewership in 2024 signals the need to reevaluate the event management strategy. This final project discusses the strategic role of a show director in designing and managing an episode titled "Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries." The author acted directly as the show director by applying the organizational communication theory of Joseph A. DeVito and the POAC management principles (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling) of George R. Terry. The show director is fully responsible for event concept development, production team coordination, technical broadcast management, and ensuring audience interactivity through platforms such as Slido. The results show that the show director plays a critical role in ensuring technical smoothness and effective message delivery. This work offers both theoretical and practical contributions to the development of adaptive, professional, and effective virtual event models in the digital era.

Keywords- show director, virtual event, organizational communication, POAC, Innovation Day.

Abstrak

Transformasi digital yang semakin cepat mendorong PT. Telkom Indonesia untuk terus berinovasi, termasuk dalam pelaksanaan program berbagi pengetahuan berbasis virtual seperti *Innovation Day*. Kendati demikian, penurunan jumlah penonton pada tahun 2024 menjadi indikator perlunya evaluasi ulang dalam strategi penyelenggaraan acara. Karya akhir ini menyoroti peran kunci seorang *show director* dalam menyusun dan mengelola episode bertema “*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*.” Penulis berperan langsung sebagai *show director* dan mengimplementasikan teori komunikasi organisasi dari Joseph A. DeVito serta prinsip manajemen POAC (Perencanaan, Pengorganisasian, Penggerakan, dan Pengawasan) dari George R. Terry. *show director* memiliki tanggung jawab menyeluruh mulai dari perancangan konsep acara, koordinasi tim produksi, pengelolaan teknis siaran, hingga memastikan interaktivitas dengan audiens melalui platform seperti Slido. Hasil perancangan menunjukkan bahwa kehadiran *show director* sangat berpengaruh terhadap kelancaran teknis dan keberhasilan penyampaian pesan acara. Karya ini memberikan kontribusi praktis dan konseptual dalam pengembangan model acara virtual yang lebih adaptif dan efektif di masa depan.

Kata Kunci- *show director*, acara virtual, komunikasi organisasi, POAC, *live streaming*, *Innovation Day*.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung dengan sangat cepat telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di lingkungan organisasi dan dunia kerja. Organisasi modern kini dituntut untuk beradaptasi dengan transformasi digital agar tetap kompetitif dan relevan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Salah satu fokus utama dalam proses digitalisasi adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), yang menjadi aset strategis organisasi. Melalui digitalisasi, organisasi dapat memanfaatkan berbagai platform teknologi untuk memperluas akses terhadap sumber pengetahuan dan informasi secara lebih efektif dan efisien. Dalam konteks ini, implementasi inovasi teknologi informasi menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk mendukung pengelolaan pengetahuan dan pengembangan kompetensi karyawan secara berkelanjutan.

Sebagai salah satu perusahaan BUMN Terbesar di Indonesia, PT. Telekomunikasi Indonesia yang bergerak di bidang layanan informasi, komunikasi, dan teknologi digital menerapkan inovasi teknologi informasi, dimana fenomena digitalisasi yang semakin pesat membawa perubahan dan dampak yang baik pada berbagai sektor. Salah satu tantangan utama bagi Telkom Indonesia adalah memastikan kelancaran dan efektivitas pengelolaan serta distribusi informasi dan pengetahuan di tengah perkembangan pesat era digital saat ini.

Direktorat Digital Business PT. Telkom Indonesia menginisiasi sebuah program berbagi pengetahuan yang dinamakan Innovation Day, yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman karyawan Telkom Indonesia secara khusus, serta memberikan manfaat edukatif bagi masyarakat luas secara lebih umum. Program ini disiarkan secara *live streaming*, memungkinkan akses yang lebih fleksibel dan luas bagi para peserta tanpa terikat oleh batasan waktu dan lokasi. Dengan adanya Innovation Day, karyawan Telkom dapat memperoleh wawasan terbaru mengenai inovasi di dunia digital, tren bisnis, serta berbagai topik terkait industri yang terus berkembang, sementara masyarakat umum juga dapat ikut serta untuk memperluas pengetahuan mereka. Untuk memastikan kemudahan akses, seluruh sesi dalam program ini dapat diikuti kapan saja dan di mana saja melalui *microsite* yang telah disediakan, sehingga memungkinkan peserta untuk belajar secara mandiri sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan mereka.

Innovation Day adalah sebuah *event* berbasis digital virtual yang di inisiasi Direktorat Digital Business Telkom dan dikelola oleh Digital Business Technology Telkom. Program ini merupakan sebuah sarana untuk belajar, berbagi ilmu dan berinovasi bersama Leap Telkom Digital. Innovation Day juga memiliki slogan slogan yaitu *Learn, Share, Innovate* yang menandakan bahwa program ini merupakan sarana untuk belajar, berbagi ilmu dan juga berinovasi akan digitalisasi yang sedang terjadi pada zaman ini. Dengan menghadirkan para ahli dari berbagai bidang sebagai pembicara, kini beragam topik menarik dapat dinikmati setiap minggu. Program Innovation Day disiarkan secara langsung dan virtual, dan audiens dapat menonton rekaman ulangnya melalui *microsite* Innovation Day maupun kanal YouTube Innovation Day. Melalui program ini, audiens diberikan kesempatan untuk memperluas pengetahuan dan berdiskusi dengan para narasumber berpengalaman, guna memperoleh wawasan serta mendorong terciptanya inovasi digital.

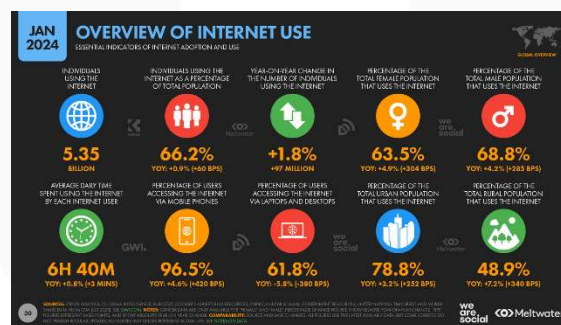
Pada Statistik data *viewers* program Innovation day jumlah penonton yang menyaksikan program Innovation Day mengalami penurunan pada tahun 2024. Oleh karena itu Innovation Day melakukan terobosan untuk meningkatkan jumlah penonton dengan cara membuat kategori tayangan yang akan disajikan oleh Innovation Day sesuai dengan minat dan kebutuhan penonton, sehingga penonton pun akan kembali menyaksikan tayangan yang akan disajikan oleh Innovation Day. Para penonton pun diberikan kolom *feedback* dan juga saran akan apa yang diinginkan untuk tayangan kedepan. Demi memenuhi kebutuhan penonton Innovation Day membuat tayangan menjadi beberapa kategori.



Gambar 1 Data Kategori Tayangan Innovation Day
(Data Rekap Innovation Day DDB Telkom, 2024)

Berdasarkan data kategori tayangan Innovation Day pada Gambar 1.1, program ini menunjukkan data kategori tayangan Innovation Day. Innovation Day menghadirkan tayangan yang beragam dengan berbagai sub kategori untuk menciptakan meningkatkan pengetahuan penontonnya di berbagai bidang. Data tersebut mengungkapkan bahwa kategori General mendominasi tayangan dengan persentase 17%, sedangkan kategori *Education* hanya mencapai 6,2%, menunjukkan kesenjangan yang signifikan dibandingkan dengan tayangan kategori General.

Mengutip dari suara.com 2024 Direktur Human Capital Management Telkom, Afriwandi mengatakan bahwa investasi pada *human capital* adalah komponen penting dari keberhasilan jika perusahaan ingin berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, Telkom terus meningkatkan kemampuan karyawannya melalui penguatan budaya belajar dan inovasi. Tindakan ini tidak hanya mendukung rencana bisnis tetapi juga bertujuan untuk membentuk insan Telkom Group menjadi talenta digital yang unggul dan mampu bersaing ditingkat global (Febrinastri & Fadilah, 2024). Maka dari itu Innovation Day hadir untuk mengimplementasikan arahan dari Human Capital Management Telkom dengan memperbanyak tayangan tayangan yang berkategori *Education*.



Gambar 2 Pengguna Internet 2024
(We Are Social 2024)

Berdasarkan data dari situs website We Are Social, pengguna internet pada tahun ini bertambah sebanyak 97 juta pengguna baru dibandingkan tahun sebelumnya. Dari total populasi manusia pada tahun 2024, terdapat 5,35 miliar orang yang menggunakan internet, setara dengan 66,2 persen dari populasi dunia. Jumlah pengguna internet pun meningkat sebesar 1,8 persen dalam setahun terakhir. Semakin banyaknya orang yang memanfaatkan media digital turut mempengaruhi cara kita berkomunikasi dengan orang lain. Kehadiran media digital berfungsi untuk kita berinteraksi dengan siapa saja, kapan saja, tanpa batasan waktu dan tempat. Selain itu, komunikasi di era digital kini semakin didominasi oleh penggunaan media sosial.

Seiring dengan perkembangan ini, tayangan Innovation Day menjadi sangat relevan sebagai sarana untuk memahami tren dan inovasi terbaru di era digital. Menonton Innovation Day akan memberi wawasan mendalam tentang bagaimana teknologi terus berkembang dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi,

pemasaran, dan kolaborasi digital. Tayangan ini tidak hanya menarik bagi mereka yang ingin mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga dapat menginspirasi ide-ide baru dalam memanfaatkan media digital secara efektif.

Pada kali ini penulis dan tim Innovation Day membuat acara ini dengan tema “*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*”, bukan hanya karyawan PT. Telkom, tentunya masyarakat umum akan mendapatkan edukasi tentang pentingnya lingkungan kerja yang sehat, dalam dunia kerja modern. Tuntutan profesional yang semakin kompleks sering kali menyulitkan individu untuk menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Parkes & Langford dalam (Asari, 2022.) Mengatakan *work-life balance* diartikan sebagai kemampuan individu untuk menjalankan tanggung jawab dalam kehidupan pribadi dan pekerjaan mereka, sekaligus berkomitmen pada aktivitas di luar pekerjaan dan kegiatan lainnya.

Penulis mendapatkan peran sebagai *show director*, yang bertanggung jawab dalam mengarahkan keseluruhan jalannya acara secara teknis maupun konseptual. *show director* adalah peran yang memegang tanggung jawab terhadap kualitas acara dalam aspek artistik dan kenyamanan dari penonton, pada umumnya *show director* akan mengusung tim yang terdiri dari *act director*, *stage manager*, *sound engineer*, *lighting technician*, *petugas keamanan*, dan *runner*. Selama pertunjukan berlangsung, *show director* bertanggung jawab untuk memimpin dan mengatur seluruh proses, dalam bentuk rekaman atau siaran langsung, mulai dari *blocking* pengisi acara, tata cahaya, tata suara, efek khusus, properti, dan lainnya sesuai *rundown front of house*, bekerjasama dengan *floor director* dan *program director* yang bekerja di studio kontrol sebagai penanggung jawab pertunjukan yang disiarkan di layar televisi (Latief, 2020).

Peran *show director* pada program Innovation Day kali ini bertugas untuk membuat perencanaan dan penyusunan rundown acara, koordinasi tim produksi, kontrol eksekusi setiap segmen, serta pengendalian dinamika acara agar berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu konsep yang tepat untuk membahas peran *Show Director* pada acara virtual *sharing knowledge* Innovation Day dalam karya akhir berjudul “Peran *Show Director* Pada Pengelolaan Acara *Live Streaming Sharing Knowledge* Innovation Day Episode “(*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*)” ialah komunikasi organisasi menurut de vito dan fungsi manajemen dari George R. Terry yang mencakup 4 tahapan dalam fungsi dan pengelolaan acara. Dalam karya akhir ini penulis akan menguraikan pengalaman serta temuan selama menjadi *show director* Innovation Day.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Organisasi

Menurut De Vito (2011) dalam (Wati Evelina & Angeline, 2014) Dua komponen utama pola komunikasi organisasi adalah komunikasi vertikal (ke atas dan ke bawah) dan komunikasi horizontal (setara).

a. Komunikasi Vertikal kebawah (*Downward*)

Sebagai *Show Director*, penulis bertanggung jawab untuk memimpin alur acara, yang melibatkan penyampaian instruksi dan arahan kepada anggota tim produksi secara langsung. Hal ini sesuai dengan konsep komunikasi organisasi *downward* menurut Joseph A. DeVito, di mana informasi mengalir dari hierarki yang lebih tinggi ke hierarki yang lebih rendah dalam struktur organisasi. Dalam konteks ini, penulis bertindak sebagai pemimpin operasional yang menyampaikan arahan dari rencana strategis kepada anggota tim seperti *floor director*, operator *streaming*, dan moderator.

b. Komunikasi Vertikal Keatas (*Upward*)

Dalam penerapan komunikasi *upward*, penulis dan tim Innovation Day memberikan saran dan ide untuk Innovation Day episode ini yang dimana pemilihan tema ini sudah disesuaikan dengan kategori yang ditentukan untuk *Education*. Penulis sebagai *show director* secara rutin juga melaporkan persiapan acara kepada *supervisor*, ketua, dan penanggung jawab acara. Laporan yang disampaikan meliputi kesiapan teknis seperti progres pelaksanaan briefing, pembuatan rundown untuk acara, dan kelengkapan alat teknis seperti komputer, *lighting*, kamera, dan *microphone*.

c. Komunikasi Horizontal

Menurut (Romli, 2011) dalam (Wakas et al., 2021) Komunikasi horizontal adalah jenis komunikasi di antara sesama anggota organisasi, seperti bawahan dan atasan, yang mempercepat pertukaran pengetahuan, pengalaman, masalah, dan metode. Dalam pengaplikasiannya adalah koordinasi antar tim dimana Koordinasi antar tim menjadi bagian penting dalam produksi acara *live streaming* Innovation Day. Sebagai *show director*, penulis berkolaborasi dan berkordinasi dengan tim teknis, operator *streaming* dan *floor director* untuk memastikan sinkronisasi antara aspek visual, audio, interaktivitas acara serta pemecahan masalah apabila ada kendala teknis

B. Fungsi Manajemen

Pada pengelolaan acara tentunya ada yang dinamakan proses manajemen, proses manajemen ini diperlukan dalam pengelolaan acara agar tercipta acara yang baik dan berhasil, seperti yang didefinisikan oleh George R. Terry dalam (Adawiyah, 2020) “Manajemen adalah sebuah proses yang terdiri dari berbagai macam tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan yang lainnya”. Definisi ini sejalan dengan empat fungsi utama manajemen yang dikemukakan oleh George R. Terry, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Penyusunan detail acara, termasuk konsep acara, menentukan judul acara, penyusunan tanggal acara, Lokasi acara serta kebutuhan teknis dan logistic.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Tahap penyusunan tim dan pengorganisasian sumber daya manusia yang mencakup pada posisi seperti *show director*, *floor director*, admin Slido, operator vMix, moderator, YouTube *analytic*, *host*, *co host* dan *quality check*.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Tahap *actuating* merupakan fase pelaksanaan yang menjadi ujian nyata terhadap seluruh proses yang akan disiarkan secara *live streaming* di *microsite* Innovation Day dan terintegrasi dengan YouTube Innovation Day. *show director* yang bertanggung jawab memastikan jalannya acara berlangsung sesuai dengan skenario atau *rundown* yang telah disusun, serta memastikan setiap elemen dalam produksi acara dapat berjalan harmonis, tertib, dan tepat waktu. Peran ini tidak hanya menuntut pengetahuan teknis, tetapi juga kemampuan dalam mengelola tim, mengarahkan jalannya produksi secara real time, serta menjaga fokus untuk mengantisipasi potensi hambatan selama acara berlangsung.

4. Pengawasan/Pengendalian (*Controlling*)

Controlling menjadi tahapan penting dalam mengevaluasi keseluruhan proses produksi yang telah dijalankan. Evaluasi ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap efektivitas pelaksanaan acara dan sebagai dasar untuk peningkatan mutu produksi di masa mendatang. Aspek-aspek yang dievaluasi mencakup kualitas teknis *live streaming*, kestabilan koneksi internet selama acara berlangsung, efektivitas penggunaan elemen visual seperti *bumper* dan *person-in-picture* (PIP), serta kelancaran transisi antarsegmen. Selama acara berlangsung, fungsi *controlling* juga dijalankan secara real-time melalui peran *quality check* yang bertugas memastikan bahwa setiap elemen produksi telah sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) perusahaan. Dalam hal ini, penulis bersama tim Innovation Day mengikuti sesi evaluasi pasca-produksi yang dipimpin oleh penanggung jawab program.

C. Show Director

Pada perancangan karya Innovation Day episode “*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*” penulis mendapatkan peran sebagai *show director*. Dilansir dari *website* (Mata Air Kreatif, 2025) *show director* adalah orang yang bertanggung jawab atas ide, perencanaan, dan pelaksanaan acara secara

keseluruhan. Ini termasuk acara langsung, produksi panggung, program televisi, acara perusahaan, konser, atau pertunjukan multimedia. Sedangkan menurut (Latief, 2020) *show director* bertanggung jawab memimpin dan mengatur seluruh proses, baik rekaman maupun siaran langsung, termasuk pengisi acara, lighting, sound, special effect, props, dan lain-lain sesuai dengan *rundown front of house*. Dia bekerja sama dengan *floor director* dan *program director* di studio kontrol sebagai penanggung jawab acara yang disiarkan di televisi.

D. Live Streaming

Live streaming merupakan penyiaran atau pengiriman video dan audio secara langsung melalui internet yang memungkinkan penonton menonton dan berpartisipasi dalam acara yang sedang berlangsung. Live streaming mencakup banyak hal, termasuk teknologi transmisi, konten yang ditayangkan, interaksi dengan penonton, dan aspek estetika dan kreatif dari tampilan visualnya (Sya et al., 2023). Kajian teori tentang konsep *live streaming* mencakup pemahaman tentang teknologi yang digunakan, strategi konten, interaktivitas, dan bagaimana hal itu berdampak pada budaya digital. (Sya et al., 2023).

E. Produksi Tayangan

Terdapat 3 tahap proses produksi yang memerlukan banyak alat dan tenaga dalam menghasilkan program hiburan, yaitu tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi (Morissan, 2018)

1. Pra Produksi

Pada pengelolaan acara ini mencakup pembentukan tim dan menghubungi narasumber lalu melakukan briefing dengan narasumber. Penulis sebagai *show director* juga membuat *terms of references* yang nantinya akan diserahkan ke narasumber, pembuatan *rundown* acara juga terdapat pada tahap ini demi kelancaran acara pada saat proses produksi

2. Produksi

Pelaksanaan acara dimana peran *show director* ditugaskan untuk memimpin alur acara sesuai dengan *rundown* dan mengantisipasi segala kemungkinan yang bisa menyebabkan gagalnya acara pada saat produksi, pada tahap ini *show director* berkordinasi dengan operator untuk memasukan asset visual yang sudah ditetapkan dan *show director* juga berkordinasi dengan *floor director* melalui *handy talky* untuk menetapkan kapan moderator bisa masuk untuk berbicara.

3. Melakukan evaluasi akhir acara untuk mendokumentasikan pencapaian serta hal-hal yang perlu diperbaiki. Selain itu, tim juga bertanggung jawab mengirimkan bentuk apresiasi, seperti *merchandise* untuk narasumber dan saldo LinkAja untuk peserta terbaik.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis peran *show director* dalam pengelolaan acara live streaming Innovation Day. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan penulis terlibat langsung sebagai *show director*, memantau seluruh tahap acara mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Fokus observasi meliputi cara melakukan briefing dengan narasumber, pembuatan TOR, pembuatan *rundown* dan cara memimpin alur acara Innovation Day. Lalu wawancara semi terstruktur juga dilakukan dengan anggota tim Innovation Day yaitu Adnan Sudrajat, S.T. selaku owner program dan Ferdhy Ghandi S.I.Kom selaku supervisor acara untuk menggali informasi mendalam mengenai proses kerja *show director* dalam pengelolaan acara Innovation Day

Pendekatan data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi laporan internal terkait teori komunikasi organisasi menurut Joseph A. De Vito dan teori manajemen acara yang dielaborasi dengan fungsi manajemen menurut George R. Terry. Kerangka teori komunikasi organisasi yang digunakan adalah komunikasi vertikal dan horizontal sedangkan penyusunan acara disusun menggunakan konsep dan fungsi manajemen menurut George R Terry dalam (Adawiyah, 2020) yaitu meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *show director* memiliki peran yang sangat penting dalam pengelolaan acara *live streaming* Innovation Day, terutama dalam memastikan kelancaran acara dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, *show director* bertanggung jawab dalam pengelolaan acara ini dalam memastikan seluruh elemen acara berjalan lancar dan sesuai rencana. bertanggung jawab mengkoordinasikan tim produksi seperti tim teknis, *floor director*, dan moderator agar setiap komponen acara terintegrasi dengan baik. Selain itu, *Show Director* juga memastikan seluruh aspek teknis seperti pencahayaan, audio, video, dan transisi antar segmen berfungsi maksimal.

Pada proses pra produksi *show director* memiliki peran penting dalam tiap prosesnya dimana proses pertama yang *show director* lakukan adalah dengan melakukan *briefing* dengan narasumber dan tim Innovation Day, *briefing* ini dilakukan oleh penulis dan tim Innovation Day pada tanggal 15 Oktober 2024 pada jam 10 pagi. Pada proses *briefing* tim Innovation Day dan narasumber meliputi beberapa aturan dan juga arahan yang nantinya akan narasumber lakukan. Pada tahap awal penulis dan tim Innovation Day menginformasikan kepada narasumber bahwa acara virtual *sharing knowledge* ini akan ditayangkan dan didistribusikan kepada karyawan internal PT. Telkom dan juga untuk khalayak umum, selanjutnya penulis dan tim akan memberi opsi kepada narasumber mau memberikan presentasi materi dalam waktu berapa lama, penulis dan tim memberikan dua opsi yaitu selama 60 menit dan 90 menit dengan jam yang sudah ditentukan. Narasumber sepakat untuk melakukan sesi *sharing knowledge* selama 60 menit dan dilaksanakan di jam 10.00 pagi hingga 11.00.

Narasumber juga diberikan susunan *rundown* acara yang *show director* buat pada pra produksi yang dimana nantinya yang akan narasumber ikuti, di *rundown* tersebut juga tertera berapa menit narasumber melakukan pengenalan dan pemaparan presentasi. Penulis dan tim Innovation Day juga meninformasikan kepada narasumber agar menyiapkan foto pribadi yang akan dijadikan untuk *flyer* yang akan didistribusikan sebelum acara dimulai dan materi yang akan di presentasikan pada saat acara virtual *sharing knowledge* berlangsung. Penulis dan tim Innovation Day juga menginformasikan kepada narasumber agar menyiapkan pertanyaan yang berdasarkan dari pemaparan materi oleh narasumber untuk *quiz* yang akan ditanyakan kepada para audiens dan audiens akan menjawab pertanyaan tersebut di aplikasi Slido, jika audiens dapat menjawab pertanyaan dari narasumber tersebut benar maka akan diberikan hadiah berupa saldo LinkAja sebesar 25 ribu rupiah.

Pada tahap proses perancangan karya ini *show director* harus selalu siap dalam mengantisipasi kesalahan pada runtutan acara dan memastikan solusi cepat dan efektif untuk setiap masalah yang muncul. Hal ini melibatkan penguasaan terhadap detail *rundown* acara, koordinasi yang baik dengan seluruh tim produksi, serta kemampuan untuk mengambil keputusan secara cepat dalam situasi yang tidak terduga. *show director* juga perlu memiliki rencana cadangan untuk mengatasi kemungkinan gangguan teknis, seperti koneksi internet yang bermasalah, kesalahan pada perangkat streaming, atau kendala dari narasumber. Peran *show director* dalam memimpin acara ini ialah memastikan semua *rundown* acara dari *intro loop* hingga *closing* acara berjalan dengan lancar, serta berkordinasi untuk menampilkan tampilan yang terintegrasi dengan aplikasi lain seperti Zoom dan Slido untuk interaksi audiens

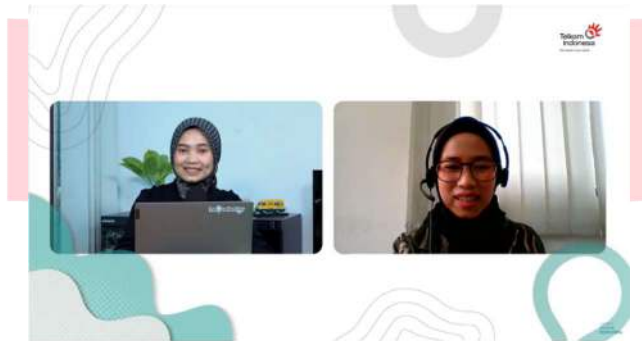


Gambar 3 Bumper Opening
(Aset Penulis)

Pada tahap ini menandakan bahwa acara Innovation Day akan segera dimulai, *bumper opening* pada gambar 4.1 ditampilkan dan disajikan tepat pada pukul 10.00 WIB pada kanal *microsite* Innovation Day yang terintegrasi dengan

YouTube, yang ditujukan untuk menandai bahwa acara dimulai. *Bumper* ini menampilkan elemen grafis menarik dengan informasi penting seperti judul acara "*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*", serta nama moderator dan pembicara yang akan berperan dalam acara tersebut. Dengan desain yang dinamis dan profesional, bumper ini juga dilengkapi animasi pendek yang mencerminkan tema acara untuk menarik perhatian penonton.

Selain itu, bumper ini berfungsi sebagai hidangan pembuka yang memberikan transisi mulus dari sesi persiapan ke konten utama acara. Musik latar yang energik, dan warna khas identitas acara juga digunakan untuk memperkuat branding dan meningkatkan daya tarik visual. Dengan adanya *bumper opening* ini, penonton dapat langsung mengetahui bahwa acara telah dimulai dan mendapatkan gambaran jelas mengenai pembicara serta alur kegiatan yang akan mereka ikuti.



Gambar 4 Sesi Perkenalan Narasumber Menggunakan Tampilan PIP (Aset Penulis)

Pada sesi ini *show director* berperan untuk mengkordinasikan operator untuk melakukan transisi yang sudah dibuat didalam *rundown* acara dan transisi visual ini untuk membuat pengalaman menonton yang dinamis dan interaktif bagi penonton, tampilan *person in picture* (PIP) menampilkan moderator dan narasumber secara bersamaan dalam satu layar. Pada acara *sharing knowledge* Innovation Day, PIP digunakan untuk menampilkan keduanya secara bersamaan, membuat audiens lebih mudah mengikuti diskusi dan materi yang disampaikan. Tampilan *person in picture* ini akan selalu ditampilkan oleh *show director* ketika melakukan transisi visual dari moderator kepada narasumber. Didalam sesi ini *show director* juga berkordinasi menggunakan *handy talky* kepada *floor director* untuk memebritahu moderator bahwa moderator tersebut diperbolehkan untuk berbicara.



Gambar 5 Video Penutup Acara Innovation Day (Olahan Penulis, 2024)

Pada sesi penutupan *show director* berkordinasi kembali dengan operator untuk melakukan transisi dan memasukan video penutup "Indonesia jaya" by Telkom Indonesia, yang menandakan bahwa acara telah selesai. Video penutup ini berdurasi tiga menit dan lagu ini dipilih untuk menutup acara karena memiliki pesan yang kuat tentang pentingnya kerja sama dan kebersamaan. "Indonesia Jaya" adalah upaya kreatif karyawan Telkom Indonesia untuk berkontribusi pada pembangunan bangsa. Lagu ini menunjukkan semangat besar untuk berkolaborasi untuk mencapai transformasi digital terbaik bagi Indonesia. Video ini, dengan visual dan melodi yang luar biasa, tidak hanya menjadi penanda akhir

acara, tetapi juga meninggalkan kesan baik pada penonton dan memotivasi mereka untuk mendukung inovasi teknologi di Indonesia.

Penerapan teori komunikasi organisasi De Vito dan fungsi manajemen George R. Terry selama proses produksi terbukti efektif dalam mengelola acara virtual secara terstruktur dimulai dari tahapan perencanaan yang matang dengan menentukan narasumber yang kredibel, judul yang menarik, penyusunan TOR dan penyusunan *rundown* acara yang membuat audiens tetap fokus kepada pemaparan materi. Pengorganisasian yang melibatkan penyusunan tim Innovation Day beserta *role jobnya* pada saat proses pra produksi. Pelaksanaan yang melibatkan *show director* dan tim Innovation Day agar berkordinasi dengan baik untuk tetap sesuai dengan jadwal penayangan dan sesuai dengan penyusunan *rundown* yang telah dibuat agar acara berjalan dengan lancar, pada pelaksanaan ini melibatkan kerja *show director* yang diharuskan untuk melakukan kordinasi antar tim dimulai dari *intro* pembukaan transisi visual, penampilan *lower third* hingga video penutup. Pengawasan yang melibatkan proses quality check pada saat acara dimulai dan evaluasi setelah acara memberikan wawasan untuk perbaikan di masa mendatang. Di sisi lain komunikasi organisasi dalam pelaksanaan acara ini juga sangat berperan penting untuk menjaga alur komunikasi yang digunakan oleh penulis kepada tim produksi sehingga komunikasi berdasarkan hierarki tetap terjaga dan *show director* juga bisa mengambil keputusan dengan cepat. Dengan masukan saran oleh tim Innovation Day pada pelaksanaan acara juga menyebabkan keberhasilan acara ini sehingga *show director* tidak hanya mengambil keputusan dengan cepat melainkan juga tepat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *show director* berperan sebagai pusat kendali utama dalam mengarahkan seluruh proses produksi acara, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi. Peran ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis karena menuntut kemampuan dalam mengambil keputusan secara cepat, menjalin koordinasi yang efektif antar anggota tim produksi, serta memastikan bahwa jalannya acara sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) perusahaan. Dalam konteks acara *live streaming* Innovation Day, *show director* berperan mengintegrasikan berbagai elemen seperti pemilihan narasumber, penyusunan *rundown*, pengelolaan visual dan audio, serta interaksi dua arah dengan audiens melalui platform digital seperti Slido dan YouTube. Implementasi teori komunikasi organisasi menurut DeVito dan penerapan fungsi manajemen POAC menurut George R. Terry secara terpadu memperkuat temuan bahwa *show director* memiliki peran yang signifikan dalam menjamin kelancaran, keteraturan, serta keberhasilan penyampaian pesan acara kepada audiens secara profesional dan berdampak.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Karya ini menegaskan pentingnya peran strategis *show director* dalam keberhasilan penyelenggaraan acara *live streaming*, khususnya pada program Innovation Day dengan tema "*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*". Penulis sebagai *show director* bertanggung jawab penuh atas keseluruhan proses produksi, mulai dari perencanaan konsep, koordinasi tim, pelaksanaan teknis siaran, hingga evaluasi pasca acara. Peran ini menjadi kunci dalam memastikan kelancaran produksi serta keberhasilan penyampaian pesan acara kepada audiens secara efektif dan profesional.

Dalam pelaksanaan peran tersebut, penulis mengaplikasikan teori komunikasi organisasi dari Joseph A. DeVito yang menekankan pentingnya komunikasi vertikal dan horizontal untuk menjaga alur komunikasi antar anggota tim produksi, moderator, narasumber, dan audiens. Selain itu, penerapan fungsi manajemen *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* (POAC) dari George R. Terry memberikan kerangka kerja sistematis dalam mengelola seluruh aspek produksi acara. Perencanaan yang matang, pengorganisasian tim yang terstruktur, pelaksanaan siaran yang terkoordinasi, serta evaluasi yang berkesinambungan menjadi fondasi keberhasilan acara ini.

Selain itu, melalui program Innovation Day ini, *sharing knowledge* mengenai keseimbangan kehidupan kerja (*work-life balance*) menjadi fokus utama yang memberikan edukasi penting bagi karyawan dan masyarakat umum. Tema "*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*" membekali audiens dengan pemahaman dan strategi untuk menetapkan batasan yang sehat antara kehidupan profesional dan pribadi. Acara ini tidak hanya meningkatkan wawasan tentang pentingnya menjaga kesehatan mental di lingkungan kerja, tetapi juga mendorong

terciptanya budaya kerja yang lebih produktif dan berkelanjutan melalui pendekatan digital yang interaktif dan inovatif. Karya ini diharapkan menjadi referensi berharga untuk pengembangan acara virtual serupa di masa depan.

B. Saran

a. Saran Akademis

Penulis berharap peneliti selanjutnya dapat memperluas objek studi dengan membandingkan perancangan karya peran *show director* pada *acara live streaming sharing knowledge* episode “*Work Smarter, Not Harder: Setting Healthy Workplace Boundaries*” menjadi referensi bagi peneliti yang melakukan perancangan karya dalam pengelolaan acara *live streaming* sebagai *Show Director*.

b. Saran Praktis

Agar pelaksanaan *Innovation Day* ke depannya dapat berjalan lebih lancar, profesional, dan lancar, diperlukan peningkatan kualitas dalam aspek perencanaan, teknis, dan koordinasi tim. Salah satu kunci utamanya adalah penguatan peran *show director* sebagai pusat kendali jalannya acara. *show director* ke depan sebaiknya tidak hanya menguasai aspek teknis *live streaming*, tetapi juga memiliki sensitivitas terhadap dinamika audiens dan kemampuan adaptif terhadap situasi tak terduga. Diperlukan SOP dan panduan kerja yang terdokumentasi dengan baik agar proses produksi dapat dilakukan secara konsisten, efisien, dan bisa direplikasi oleh *show director* berikutnya.

Simulasi teknis, *briefing* lintas tim, dan pelatihan internal juga dapat dijadikan agenda rutin untuk meningkatkan kesiapan seluruh tim sebelum hari pelaksanaan. Selain itu, penting bagi *show director* untuk terlibat sejak awal dalam perencanaan konsep dan pemilihan narasumber, agar alur acara yang disusun benar-benar relevan, mengalir, dan menarik bagi audiens. Dengan penguatan peran *show director* dan peningkatan kolaborasi tim, diharapkan *Innovation Day* dapat terus menjadi platform berbagi pengetahuan yang inspiratif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan peserta.

REFERENSI

- Adawiyah, S. D. E. (2020). *Manajemen Event*. . Bintang Pustaka Madani.
- Asari, A. F. (n.d.). Nomor 3 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya 2022. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 10).
- Febrinastri, F., & Fadilah, R. (2024, October 4). Knowledge Power Up, Inisiatif Telkom dalam Akselerasikan Budaya Belajar dan Inovasi Karyawan. *Suara.Com*.
<https://www.suara.com/news/2024/10/04/141507/knowledge-power-up-inisiatif-telkom-dalam-akselerasikan-budaya-belajar-dan-inovasi-karyawan>
- Goldblatt, J. (2002). *Special Events : TWENTY-FIRST CENTURY GLOBAL EVENT MANAGEMENT* (3rd ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Latief, R. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. PRENADAMEDIA GROUP.
- Mata Air Kreatif. (2025, January 5). *Mengenal Show Director Pada Event*. PT. Mata Air Kreatif.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* (revisi). Prenada Media. .
- Sya, T., Ali Mursid Alfathoni, M., & Purba, R. (2023). Konsep Kreatif Video Live Streaming Ilusman 3 Medan. *Jayapangus Press Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/metta>
- Wakas, J. E., Massang, B., Manullang, J., Agama, I., & Manado, K. N. (2021). Strategi Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Sekolah Dasar GMIM IV Tomohon di Era Pandemi Covid-19. In *JMPK* (Vol. 1, Issue 2).

Wati Evelina, L., & Angeline, M. (2014). *KOMUNIKASI VERTIKAL DAN HORIZONTAL DALAM MEMBENTUK GAYA KEPEMIMPINAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL: STUDI PADA BINUS UNIVERSITY.*

