

Manajemen Acara Program Gimme The Mic TikTok LiveID X SCTV sebagai Divisi *Creative*

Rhenald Fahmi Andhika¹, Fiqie Lavani Melano²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, rhenaldandhika@student.telkomuniversity.ac.id

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

Abstract

In the current digital era, mass media plays a crucial role in human life by facilitating rapid information dissemination, allowing messages to reach a wide audience. Mass media is categorized into print, electronic, and online media. "Gimme The Mic" is a collaborative program between electronic mass media, specifically SCTV television station, and the social media platform TikTok. This talent search program focuses on vocal skills and spans a three-week period, broadcasted live on TikTok Live (@tiktokliveid), SCTV, and Vidio platforms. This study aims to explore the event management conducted by the Creative Division throughout the program using the Planning, Organizing, Actuating, and Controlling (POAC) theory popularized by George R. Terry. It also examines the Creative Division's role during the program's preparation stages. Data collection methods included observation and documentation. The research findings highlight the integral role of each POAC theory component in guiding the Creative Division through managing all production stages of "Gimme The Mic", ensuring well-organized production, minimizing errors, and streamlining team workflow. Additionally, the Creative Division's preparatory role involves four creative process stages: preparation, incubation, illumination (including brainstorming), and implementation.

Keywords-event management, television program, Gimme The Mic, creative

Abstrak

Di era digital saat ini, media massa memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, seperti membantu penyebaran informasi secara cepat, dan pesan dapat menjangkau khalayak luas. Media massa dibagi menjadi media cetak, elektronik, dan daring. Program Gimme The Mic merupakan program acara kolaborasi antara media massa elektronik, dan daring; yaitu stasiun televisi SCTV, bersama media sosial TikTok. Program ini merupakan program acara pencarian bakat pada bidang tarik suara, dimana program ini berlangsung selama 3 minggu, dan ditayangkan melalui siaran langsung pada platform TikTok Live (@tiktokliveid), SCTV, dan juga Vidio. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen acara yang dilakukan oleh Divisi Creative selama berjalannya program Gimme The Mic, berdasarkan teori *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) yang dipopulerkan oleh George R. Terry; serta mengkaji bagaimana peranan Divisi Creative selama tahapan persiapan program. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penulisan, diketahui bahwa setiap komponen teori POAC berperan penting bagi Divisi Creative dalam mengelola seluruh tahapan produksi program Gimme The Mic, membuat produksi program ini menjadi terorganisir dengan baik, membantu meminimalisir kesalahan, dan mempermudah alur kerja (*workflow*) tim. Selain itu, diketahui peranan Divisi Creative dalam persiapan program melibatkan empat tahapan proses kreatif, yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi (mencakup *brainstorming*), dan implementasi.

Kata Kunci-manajemen acara, program televisi, Gimme The Mic, *creative*

I. PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi saat ini, media masa menjadi suatu hal yang penting didalam kehidupan, media massa dapat membantu menyebarkan suatu informasi kepada khalayak dalam waktu yang singkat. Media massa terbagi menjadi media cetak, elektronik dan *online*. Media cetak berupa koran, majalah, tabloid, dll. Di samping itu, televisi, radio, dan film merupakan bagian dari media elektronik. Dan, media *online* ini merupakan perkembangan dari teknologi saat ini, media *online* terdiri dari berbagai aplikasi media sosial yang sifatnya digital, dan dapat diakses oleh khalayak luas, seperti Instagram, TikTok, YouTube, dll (Nur, 2021).

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang berperan penting dalam perkembangan penyebaran informasi, hingga penampilan sebuah hiburan. Menurut Nielsen Indonesia (dalam Yunianto, 2023) pada tahun 2023, jumlah penonton televisi meningkat sebanyak 59 juta penonton, hal ini dikarenakan adanya indikasi keragaman variasi penonton, dan ketertarikan penonton di Indonesia.

Surya Citra Televisi atau yang lebih dikenal sebagai SCTV merupakan salah satu saluran televisi tertua, dan terbesar di Indonesia. SCTV ini memberikan tayangan program yang bervariasi bagi penonton, mulai dari berita, drama, hingga pencarian bakat. SCTV juga berhasil meraih posisi audience share tertinggi dari penilaian seluruh stasiun televisi di Indonesia pada tahun 2023.

Perkembangan zaman memberikan banyak perubahan dalam kehidupan manusia, hal ini termasuk juga perkembangan teknologi digital yang membuat perubahan pada kegiatan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial yang dulunya hanya digunakan untuk berinteraksi, dan bersosialisasi, kini juga dijadikan wadah untuk mengekspresikan diri karena sifatnya yang interaktif, dan dapat diakses dengan mudah (Sobriana, 2023)

TikTok adalah platform media sosial asal China yang saat ini *trending* di Indonesia. Pengguna biasanya menggunakan aplikasi ini untuk mengekspresikan diri, membuat konten-konten menarik, hingga konten promosi. Menurut data We Are Social (dalam Annur, 2023) pengguna TikTok di Indonesia menempati urutan ke-dua dengan jumlah pengguna sebanyak 112.98 juta. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa banyak peminat aplikasi TikTok di Indonesia, dan TikTok memiliki peluang pasar yang besar untuk dioptimalkan.

Dengan adanya fenomena tersebut, TikTok berkolaborasi dengan SCTV untuk membuat acara pencarian bakat bernama Gimme The Mic. Program ini disiarkan langsung melalui TikTok Live (@tiktokliveid), SCTV, dan Vidio. Program acara ini dibagi menjadi beberapa tahapan, mulai dari audisi, eliminasi, hingga tahapan final yang berjalan dengan total waktu selama 3 minggu. Program ini memberikan peluang kepada para creator musik pada platform TikTok untuk memulai karirnya sebagai musisi profesional. Melalui program ini, terdapat 28.000 kontestan/talent yang mendaftarkan dirinya untuk menunjukkan bakatnya dalam rangka meramaikan industri musik di Indonesia (Purnama, 2024).

Melalui program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) *Batch 5*, peneliti berkesempatan untuk mengikuti proses manajemen acara program Gimme The Mic dari awal hingga akhir sebagai bagian dari Divisi *Creative*. Penulisan karya terdahulu dengan pembahasan yang sama dilakukan oleh Muhammad Zahri Suryanata, dan RR. Ella Evrita dengan judul "Manajemen Acara Siaran Langsung Televisi". Namun, tulisan tersebut tidak difokuskan kepada penelitian terkait manajemen acara televisi sebagai Divisi *Creative*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen acara yang dilakukan selama program Gimme The Mic berlangsung sebagai Divisi *Creative*. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengaplikasikan teori *Planning, Actuating, Organizing, dan Controlling* yang dipopulerkan oleh George R. Terry. Dengan mengetahui proses manajemen acara Gimme The Mic sebagai Divisi *Creative* ini, penulis berharap dapat memperluas referensi pembaca dan penelitian selanjutnya terkait manajemen acara, khususnya pada bidang *Creative*; serta, membantu pembaca untuk mengetahui lebih dalam peran divisi *creative* pada setiap tahapan produksi.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Media Massa

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam komunikasi massa, yang berperan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang luas secara cepat dan bersifat umum. Media massa dapat diartikan juga sebagai saluran komunikasi yang membuat dan memperluas banyak hal seperti berita, konten ataupun hiburan, dan produksi-produksi besar lainnya. Menurut Vera (2016), media massa secara fisik dibagi menjadi media cetak, elektronik, dan *online*. Media massa memiliki beberapa fungsi, yaitu fungsi pendidikan, pengawasan, informasi, korelasi dan interpretasi, persuasi, dan hiburan (Aditya, 2021).

Media massa merupakan bagian dari teori penulisan ini karena program acara “Gimme The Mic” sendiri adalah program yang berlangsung menggunakan media massa, seperti media elektronik dan media online. Selain itu, terdapat juga beberapa fungsi yang sesuai dengan program acara tersebut.

B. Teori Manajemen *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling* (POAC)

Teori POAC merupakan sebuah teori manajemen yang dikenalkan oleh ahli bernama George R. Terry pada tahun 1958 dalam bukunya berjudul “Principles of Management”. Teori tersebut menjelaskan bahwa dalam management dapat dibagi menjadi 4 fungsi, yaitu Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pelaksanaan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*) (Mauza, 2022). Berikut adalah penjelasan masing-masing fungsi:

1. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah proses menentukan langkah dan bagaimana rencana dari tujuan atau kegiatan tersebut agar tercapai secara efektif. Dalam metode perancangan pentingnya untuk memikirkan segala aspek yang dibutuhkan, maka dari itu terdapat metode *Specific, Measurable, Achievable, Relevant, dan Time*, atau dikenal sebagai SMART. Maksud dari SMART menurut (Fadhilah & Milestresia, 2021) adalah:

- a. *Specific* (spesifik), yaitu pentingnya memiliki sebuah target yang spesifik seperti siapa saja yang terlibat, apa saja yang ingin dicapai, dimana tujuan yang akan dicapai, kapan tujuan tersebut ingin dicapai, hingga mengapa perlu mencapai tujuan tersebut.
- b. *Measurable* (terukur), merupakan bagian dari prinsip pengukuran dalam sebuah target.
- c. *Achievable* (dapat dicapai), ketika sudah memiliki rencana maka perlu diperhatikan juga apakah target dan tujuan tersebut dapat tercapai dan direalisasikan.
- d. *Relevant* (relevan), yaitu memiliki rencana yang relevan dan realistis dengan kondisi yang ada sehingga dapat tercapai.
- e. *Time* (berdasarkan waktu), merupakan sebuah target waktu dari rencana yang telah dibuat untuk memastikan bahwa sesuai dengan target.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses kegiatan yang dilakukan untuk mengatur dan mengorganisasikan segala kebutuhan yang ada. Dengan adanya pengorganisasian maka dapat terlihat dengan jelas rencana yang dimiliki, apa saja kegiatan yang perlu dilakukan, pemberian sebuah tugas, serta siapa yang memiliki wewenang dalam rencana tersebut (Rasminto, 2022).

3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan memiliki peran yang krusial karena pada bagian ini perlu menjalankan dan merealisasikan dari rencana yang telah dibuat. Pada proses ini juga diperlukan kepemimpinan yang baik dan mampu menggerakkan orang lain ataupun sebuah tim. Hal ini dikarenakan *actuating* atau pelaksanaan memiliki arti menggerakkan dan memberikan bimbingan untuk mencapai tujuan.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Fungsi terakhir dalam sebuah proses manajemen adalah *controlling* atau pengawasan. Pengawasan tujuan untuk mengontrol serta mengevaluasi kinerja yang telah dilakukan. Melalui pengawasan maka dapat memonitor serta menilai semua progres yang berlangsung, untuk memastikan kesesuaian dan apakah ada kesalahan dalam pelaksanaannya. Hal ini dilakukan sebagai kegiatan preventif dan melakukan perbaikan jika adanya suatu kekurangan (Zulfikar, 2021).

Penggunaan teori POAC dalam penulisan ini telah membantu penulis selama proses perancangan karya berlangsung. Teori tersebut juga memudahkan *workflow*, serta sesuai dengan arahan yang penulis alami selama pelaksanaan karya.

C. Divisi *Creative*

Divisi *creative* merupakan divisi atau kelompok orang yang memiliki kemampuan kreatif untuk membantu berbagai aspek dalam perusahaan ataupun organisasi. Mulai dari penulis, desainer, konseptor dan lain-lainnya harus bisa memecahkan sebuah masalah dan membuat konsep kreatif untuk menyelesaikan masalah atau tantangan tersebut

(Pandey, 2023). Divisi *creative* sendiri memiliki peran untuk mencari sebuah ide dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, yang kemudian diubah menjadi sebuah konsep, naskah, ataupun rundown. Divisi *creative* juga harus bisa bekerja sama dengan baik bersama divisi-divisi lainnya untuk menghindari adanya miskomunikasi dan kesalahan selama produksi berlangsung (Imelda, 2019).

Dalam divisi *creative* sendiri terdapat metode-metode serta jobdesk yang berbeda, hal ini dikarenakan perlunya menyesuaikan dengan kebutuhan dan juga perannya pada instansi masing-masing. Latief dan Utud (2017) menjelaskan bahwa terdapat 4 fase proses kreatif, yaitu:

1. Persiapan: Fase pengumpulan data, keterampilan, dan juga sebuah pengalaman untuk menguasai objek atau masalah.
2. Inkubasi: Usaha kerja untuk menyelesaikan suatu masalah.
3. Iluminasi: Merupakan sebuah tahap dimana pembuatan sebuah ide diciptakan secara rinci.
4. Implementasi: Bagian dari penerapan sebuah ide, dan menyesuaikan konsep sesuai dengan standard yang ada, serta menjelaskan sebuah gambaran secara umum.

Selama perancangan sebuah ide pada divisi *creative* sangat dibutuhkannya sesi *brainstorming* atau bertukar pikiran. *Brainstorming* merupakan salah satu cara yang dilakukan dalam divisi *creative* untuk menghasilkan sebuah ide, yang dilakukan sebuah kelompok yang tidak melebihi 15 orang. Melalui proses *brainstorming* ini diharapkan muncul sebuah gagasan atau ide yang baik dan kreatif (Hidayat, 2022). Dengan melakukan *brainstorming* bersama, dapat mempercepat proses persiapan sebuah program acara yang sedang dilaksanakan. Hal ini dikarenakan adanya kebebasan dalam berpikir dan membuat sebuah ide baru yang dapat membantu kebutuhan program.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu metode observasi dan dokumentasi, dengan detail sebagai berikut:

A. Observasi

Observasi adalah bagian dasar dari sebuah ilmu pengetahuan. Observasi merupakan sebuah kegiatan pengumpulan data dan pengamatan dari lapangan yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Melalui observasi, pemerolehan data menjadi lebih konkrit dan dapat memahami lebih dalam terhadap segala aspek seperti perilaku, kebutuhan, lingkungan, dan lain-lain (Winarni, 2018). Observasi penulis lakukan untuk memperoleh informasi dan memperluas referensi yang dibutuhkan untuk persiapan program acara Gimme The Mic.

B. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan sebuah data dengan cara mengumpulkan dan mencatat dari peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi sendiri dapat berbentuk sebuah tulisan, gambar, ataupun karya-karya yang ada (Sugiyono, 2017). Selama program acara Gimme The Mic berlangsung, penulis melakukan dokumentasi terhadap segala kegiatan yang telah dilakukan sebagai bukti dan memudahkan penulis untuk mengumpulkan apa saja hal yang dibutuhkan selama perancangan karya. Dalam perancangan karya ini, penulis juga menggunakan dokumentasi secara tertulis seperti karya terdahulu, artikel, dan buku sebagai bantuan referensi dalam penulisan karya manajemen acara Gimme The Mic sebagai divisi *creative*

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Proses Perancangan Karya

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi dimulai dari tanggal 18 Agustus 2023, dengan membuat list biodata terhadap para kontestan/talent untuk mengenal mereka lebih dalam. Kemudian, pada tanggal 21 Agustus 2023 penulis bersama teman-teman magang dan senior mempersiapkan sebuah *photoshoot* atau pembuatan video promosi terhadap para kontestan/talent. Penulis membantu dokumentasi, serta memberikan *brief* terhadap arahan gaya yang cocok kepada para kontestan/talent. Penulis juga melakukan pendataan para kontestan/talent seperti lagu yang akan dibawakan mereka.



Gambar 1 : Studio *Photoshoot*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Tahapan *brainstorming* juga dilakukan pada saat pra produksi. Tahapan ini dilakukan untuk persiapan terhadap segala kebutuhan performa, seperti *treatment* yang dilakukan, properti yang dibutuhkan, lagu yang akan dibawakan, hingga *wardrobe* yang digunakan. Dengan adanya tahapan observasi terhadap referensi yang akan digunakan, hingga dokumentasi yang dilakukan, maka terciptanya sebuah ide visual yang dimiliki, serta apakah konsep dapat terealisasikan.



Gambar 2 : Tahapan *Brainstorming*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

Penulis juga mengikuti pengawasan latihan vokal yang dilakukan kepada para kontestan, penulis membantu mempersiapkan lirik lagu yang akan digunakan (untuk memudahkan kontestan). Lalu, mendekati jadwal produksi, penulis membantu persiapan prompter dan *Grand Rehearsal*. Melalui *Grand Rehearsal* ini dilaksanakannya juga sebuah *briefing*, dan *blocking*. Briefing dilakukan untuk memastikan acara berjalan sesuai dengan rencana, serta *rundown* yang telah dibuat. Selain itu, perlu juga dilakukannya sebuah *blocking* untuk memberikan gambaran kepada *floor director* agar ditemukannya posisi yang tepat dan bagus terhadap host dan juga kontestan/talent. Dengan adanya bantuan *blocking*, *host* serta kontestan/*talent* dapat memiliki gambaran terhadap posisi mereka saat berlangsungnya *live*.

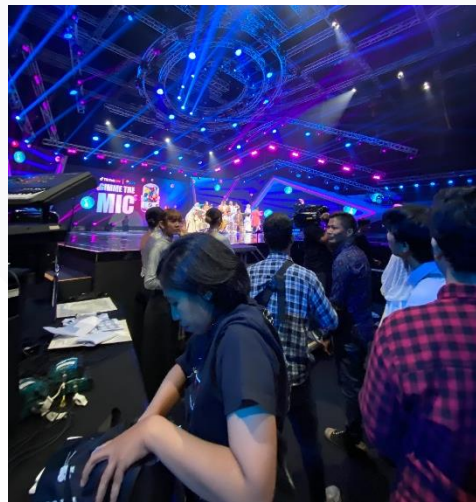


Gambar 3 : Pelaksanaan *Grand Rehearsal*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

2. Produksi

Pada minggu pertama, penulis memiliki tanggung jawab untuk menulis komentar juri-juri. Penulisan komentar juri ini dilakukan sebagai highlight pendapat juri terhadap penampilan masing-masing kontestan/*talent*. Setelah komentar dicatat dari performa awal *live* hingga penampilan terakhir, penulis menyampaikannya kepada *host* yang kemudian dibacakan pada saat proses eliminasi berlangsung.

Pada minggu kedua, penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan koordinasi properti. Hal ini dilakukan untuk memastikan segala properti yang dibutuhkan terhadap performa sudah siap dan tidak adanya kekurangan. Koordinasi properti dilakukan bersama floor director, untuk menyiapkan dan mengganti properti dari masing-masing performanya. Untuk minggu ketiga atau terakhir ini penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan operasi prompter. Pada saat mengoperasikan prompter, penulis berada di ruang panel dan menggunakan komputer khusus yang terhubung dengan layar prompter. Prompter sendiri berguna untuk memudahkan host dalam membaca skrip yang telah dibuat.



Gambar 4 : Proses Pencatatan Komentar Juri
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

3. Pasca Produksi

Pada tahapan pasca produksi, divisi *creative* melakukan sebuah tahapan evaluasi, yang dilakukan disetiap minggunya. Dengan adanya evaluasi ini, divisi *creative* dapat melakukan sebuah refleksi terhadap masing-masing episodnya, seperti bagaimana kinerja yang dilakukan, apakah sudah optimal dan memuaskan, hingga meminimalisir terulangnya sebuah kesalahan-kesalahan pada minggu sebelumnya. Evaluasi ini perlu dilakukan untuk memberikan hasil yang memuaskan untuk episode-episode selanjutnya, baik dari kinerja lapangan, hingga ide yang digunakan untuk masing-masing performa terhadap kontestan/talent.

B. Pembahasan Hasil Karya

1. Penggunaan *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling* (POAC)

Melalui *planning* atau perencanaan ini, penulis bersama dengan tim divisi *creative* dapat menentukan rencana dan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk persiapan acara. Selain itu, penerapan teori SMART juga diimplementasikan dalam tahapan perencanaan. Penulis bersama tim dari divisi *creative* telah menentukan secara spesifik terhadap target yang ingin dicapai, apa saja yang dibutuhkan selama perancangan program acara, dll. Penulis menentukan target yang sudah ditentukan, dengan begitu terbentuklah alat pengukuran, untuk melihat progress yang telah dilakukan, dan apakah sesuai dengan rencana. *Achievable* juga bagian dari perencanaan. Peran relevan dalam perencanaan ini untuk menyesuaikan apakah ide dapat dilakukan dan sejalan dengan konsep yang dibuat. Lalu, persiapan harus sesuai dengan target waktu yang ditentukan, agar perencanaan acara tidak mengalami hambatan.

Organizing atau pengorganisasian membuat perencanaan program jadi mempunyai gambaran yang lebih jelas, dengan melakukan pembagian pekerjaan bagi masing-masing individu, sehingga membantu melancarkan sinergi pekerjaan dan meminimalisir adanya sebuah kesalahan ataupun miskomunikasi.

Actuating atau pelaksanaan dilakukan dengan merealisasikan atau melakukan pengekseskuisian seluruh ide yang dibuat seperti *treatment, wardrobe, dan property*. Masing-masing anggota tim *creative* melakukan pengecekan ulang dan konfirmasi seluruh item yang dibutuhkan sesuai dengan *jobdesk* yang sudah dibagi.

Controlling atau pengawasan dilakukan pada tahapan pra produksi dan produksi, pengawasan ini dilakukan untuk memastikan produksi program berjalan sesuai dengan konsep awal yang telah disepakati.

2. Peran Divisi *Creative*

Selama pelaksanaan program berlangsung, divisi *creative* bertanggung jawab untuk persiapan berjalannya acara. Mulai dari pengumpulan data keperluan, referensi, serta pembagian *jobdesk*. Lalu, pada tahapan inkubasi, tim *creative* mencari solusi dari hambatan-hambatan yang ditemukan, dan mencari visi baru untuk *treatment* performa tiap kontestan. Setelahnya, dilakukan tahapan iluminasi, dimana tim menyaring dan menyesuaikan ide-ide yang ada terhadap performa para kontestan, lalu merincikannya, dan melakukan *brainstorming* untuk bertukar pikiran dan pendapat terkait ide-ide *treatment* performa yang ingin dibuat. Tahap terakhir, yaitu implementasi dilakukan setelah *brainstorming* selesai, tahapan implementasi ini dengan memastikan *treatment* yang ingin dilakukan, dan membuatnya dalam bentuk *creative deck*, agar penataan dan penyusunannya lebih rapi, pada *creative deck* ini kami mendaftarkan masing-masing profil kontestan, lengkap dengan lagu yang dinyanyikan, dan *treatment* performa yang akan dilakukan. Konsep dan penerapan ide ini disusun dengan terperinci dan sesuai dengan rencana awal yang telah dibuat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari data yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa proses manajemen produksi acara Gimme The Mic oleh Divisi *Creative* dilakukan dengan mengadaptasikan teori manajemen *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling* (POAC) dalam berbagai tahapan produksinya. Selain itu, diketahui bahwa dalam mengelola program Gimme The Mic, divisi *creative* juga melakukan pekerjaan dengan melibatkan empat tahapan proses kreatif, yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi (berserta *brainstorming*), dan juga tahapan implementasi.

B. Saran

1. Saran Akademis

Karya akhir ini menunjukkan bahwa penerapan POAC membantu penulis dalam menyusun rancangan acara secara terperinci. Peneliti berharap ada penelitian lanjutan yang mengukur besaran pengaruh, atau dampak dari pengimplementasian POAC terhadap keberhasilan suatu perencanaan acara, guna memperkuat data dan argumentasi dalam penggunaan POAC sebagai rujukan perencanaan acara.

2. Saran Praktis

Melihat besar manfaat yang dihasilkan dari penerapan POAC dalam perencanaan acara Gimme The Mic, penulis menyarankan praktisi untuk menggunakan teori ini sebagai acuan untuk merencanakan kesuksesan program acara. Selain itu, penulis juga merekomendasikan penggunaan empat tahapan kreatif dalam pengerjaan dan pengembangan ide-ide kreatif.

REFERENSI

- Aditya, R. (2021). *Media Massa adalah Hal Penting, Berikut Fungsi dan Jenis-jenisnya*. <https://www.suara.com/news/2021/09/15/150050/media-massa-adalah-hal-penting-berikut-fungsi-dan-jenis-jenisnya>
- Fadhilah, N. I., & Milestresia, M. (2021). *Metode SMART, Langkah Jitu untuk Bisnis yang Sukses Halaman all - Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2021/12/10/083500826/metode-smart-langkah-jitu-untuk-bisnis-yang-sukses?page=all>
- Hidayat, H. (2022). *Brainstorming: Tujuan, dan Cara Melakukannya dengan Benar*. <https://myrobin.id/untuk-pekerja/brainstorming/>
- Imelda, M. (2019). *Pengalaman Kerja Tim Kreatif Dalam Produksi Program Acara Wow (Studi Praktik Kerja Lapangan Di Net. Jakarta)*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1). <http://repository.stikomogyakarta.ac.id/id/eprint/145%0Ahttp://repository.stikomogyakarta.ac.id/145/>
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Kreatif Siaran Televisi: Hard News, Soft News, Drama, Non-Drama* (Edisi Pert). KENCANA PRENADAMEDIA GROUP.
- Mauza, A. (2022). *Pengertian POAC – Planning, Organizing, Actuating, Controlling dalam Fungsi Manajemen - SIGERMEDIA.COM*. <https://siger.harianlampung.co.id/read/hl-8629/pengertian-poac/>
- Nur, E. (2021). *Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online*. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02, 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Pandey, M. (2023). *Creative Team Roles You Need to Know*. <https://www.artworkflowhq.com/resources/creative-team-roles>
- Purnama, B. E. (2024). *Tiktok Live Kembali Gelar Gimme The Mic*. <https://mediaindonesia.com/hiburan/686839/tiktok-live-kembali-gelar-gimme-the-mic>
- Rasminto, H. (2022). *POAC : Planning, Organizing, Actuating, and Controlling | Manajemen Organisasi|D3 Akuntansi A.Md.AK*. <https://komputerisasi-akuntansi-d3.stekom.ac.id/informasi/baca/POAC-Planning-Organizing-Actuating-and-Controlling-Manajemen-Organisasi/afe3eb449296542ca61b4ef2cc8376e5c4a091d7>
- Sobriana, H. (2023). *Peran Medsos Dalam Kehidupan*. <https://www.indonesiana.id/read/162122/peran-medsos-dalam-kehidupan>
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penulisan Kualitatif* (S. Y. Suryandari (ed.); Edisi Ke-3). Alfabeta.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa* (Y. Sartika (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Winarni, E. W. (2018). *Teori Dan Praktik Penulisan Kuantitatif Kualitatif Penulisan Tindakan Kelas (PTK): Research And Development (R&D)* (R. A. Kusumaningtyas (ed.)). PT. Cahaya Prima Sentosa.
- Yunianto, T. K. (2023). *Nielsen Perkiraan Jumlah Penonton TV Tembus 130 Juta Orang*. <https://www.marketeers.com/nielsen-perkiraan-jumlah-penonton-tv-tembus-130-juta-orang/>
- Zulfikar, F. (2021). *Fungsi Manajemen Beserta Penjelasannya Secara Lengkap*. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5615576/fungsi-manajemen-beserta-penjelasannya-secara-lengkap>