



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERENCANAAN PROGRAM *SPECIAL EVENT* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS PINGU'S ENGLISH* BINTARO**

TUGAS KARYA AKHIR

**INDRIANI ATISUNDARI
0906614124**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERENCANAAN PROGRAM *SPECIAL EVENT* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS PINGU'S ENGLISH* BINTARO**

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Sosial

**INDRIANI ATISUNDARI
0906614124**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN KEHUMASAN
DEPOK
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Karya Akhir ini hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Indriani Atisundari

NPM : 0906614124

Tanda Tangan : 

Tanggal : 4 Januari 2012

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Indriani Atisundari
NPM : 0906614124
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Judul TKA : Perencanaan Program *Special Event* Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness Pingu's English* Bintaro

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Martini B. M, M.Si

(*Martini BM*)

Penguji : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S

(*Wahyuni*)

Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si

(*Askariani*)

Sekretaris Sidang : Drs. Zulham, M.Si

(*Zulham*)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaannirrahim,

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunianya hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir (TKA) dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang ditentukan, sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Selama proses penulisan TKA ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, baik berbentuk dukungan moril maupun materiil, doa, inspirasi, serta ide. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih secara khusus yang sedalam-dalamnya untuk:

1. Mama & Papa yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materiil selama seluruh proses perkuliahan. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang, dan kesabaran yang tiada batas.
2. Dra. Martini B. M, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas membimbing penulis sejak awal hingga akhirnya selesai mengerjakan tugas karya akhir ini.
3. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Ilmu Komunikasi FISIP UI.
4. Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S selaku penguji sidang TKA.
5. Drs. Zulham, M.Si selaku sekretaris sidang TKA.

Demikian karya ini penulis buat. Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi semua orang. Terima kasih.

Depok, 4 Januari 2012

Indriani Atisundari

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indriani Atisundari
NPM : 0906614124
Prgram Studi : Hubungan Masyarakat
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah yang berjudul :

PERENCANAAN PROGRAM *SPECIAL EVENT* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS PINGU'S ENGLISH* BINTARO

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 4 Januari 2012

Yang menyatakan



(Indriani Atisundari)

RINGKASAN EKSEKUTIF

Analisis Situasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pingu's English merupakan suatu perusahaan yang baru berdiri selama satu tahun dan masih terbilang baru bagi warga Bintaro dan sekitarnya. 2. Daerah Bintaro dapat dikatakan memiliki usaha-usaha bisnis persaingan yang bergerak di bidang yang sama dengan <i>Pingu's English</i>. 3. Perusahaan harus mampu bersaing dan mempertahankan posisinya dalam bisnis. 4. Hasil riset, perlu diadakan sebuah event yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga nama perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat Bintaro.
Pernyataan Masalah	<i>Pingu's English</i> Bintaro merupakan perusahaan yang baru berdiri selama setahun dan masih belum begitu dikenal masyarakat di sekitar Bintaro, sehingga Pingu membutuhkan sebuah solusi untuk dapat meningkatkan <i>brand awareness</i> dari masyarakat.
Solusi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>special event</i> berupa kegiatan <i>outbond "Holiday with Pingu"</i> yang akan diselenggarakan selama dua hari pada waktu liburan sekolah anak-anak. 2. Promosi kegiatan <i>special event</i> ke sekolah-sekolah. 3. Melakukan kontak dengan beberapa pihak media.
Tujuan Program	Meningkatkan <i>brand awareness Pingu's English</i> sebagai tempat kursus anak-anak yang memenuhi kebutuhan masyarakat dan mendapatkan publisitas dari pihak media.
Khalayak Sasaran	<p>Secara Geografis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat yang tinggal di daerah Bintaro. <p>Secara Demografis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orang tua yang memiliki anak (<i>Primary Target</i>) • Anak-anak usia 3– 7 tahun (<i>Secondary Target</i>) • SES: A dan B
Pesan Kunci	"Fun, Entertaining and Loveable"
Jadwal Program	Rabu, 13 Juni 2012 Kamis, 14 Juni 2012
Tempat Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sarpino's Pizza, ITC Malibu, Ruko Malibu Blok A no.11 BSD 2. Museum Layang-layang Indonesia, Jalan Haji Kamang No.38 Pondok Labu Jakarta Selatan
Kerangka Evaluasi	Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan suatu program yang sudah dijalankan dengan metode pengamatan langsung dan survey melalui pengisian kuesioner.
Total Anggaran	Rp.106.032.500 Terbilang: Seratus enam juta tiga puluh dua ribu lima ratus rupiah

EXECUTIVE SUMMARY

Situation Analysis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pingu’s English is a new company, which has been established for one year. Pingu’s English still has a lack of brand awareness in Bintaro area. 2. There are many competitors for Pingu’s English in Bintaro, therefore, the business competition in the industry is really tight. 3. The company should have a capability to compete and survive in the industry. 4. Pingu’s English needs a special program that can stimulate public awareness.
Problem Statement	Pingu’s English Bintaro is a new company that has been established for one year and it still has lack of brand awareness in the public. Therefore, Pingu’s English needs solution to boost its brand awareness from a public.
Solution	<ol style="list-style-type: none"> 1. Create a special event program called “Holiday with Pingu” which will be held for two days on the holiday season. 2. Promote the special event through many schools in Bintaro area. 3. Contact some media journalism that related to the event.
Aim Program	To increase Pingu’s English brand awareness as an English course that is trustable and fulfill the customer needs.
Target Audience	<ul style="list-style-type: none"> • Male and female adult as the primary target • Chidldren age 3-7 years old as the secondary target
Key Message	“Fun, Entertaining and Loveable”
Program Schedule	<p>Wednesday, June 13th 2012</p> <p>Thursday, June 14th 2012</p>
Venue	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sarpino’s Pizza, ITC Malibu, Ruko Malibu Blok A no.11 BSD 2. Kite Museum Indonesia , Jalan Haji Kamang No.38 Pondok Labu Jakarta Selatan
Design of Outcome Evaluation	Evaluation and review should be done to measure the effectiveness and successfulness of the program through direct observation and questionnaire.
Total Budget	<p>Rp.106.032.500</p> <p>In Words: One Hundred Six Million thirty two thousand Five Hundred Rupiahs</p>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
RINGKASAN EKSEKUTIF	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I IDENTIFIKASI MASALAH	
1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.1. <i>Pingu's English</i>	1
1.1.2. <i>Pingu's English</i> Bintaro	2
1.1.3. Visi Perusahaan	2
1.1.4. Misi Perusahaan	2
1.1.5. Struktur Organisasi Perusahaan	3
1.2 Analisis Situasi	4
1.2.1 Analisis SWOT	5
1.3 Pernyataan Masalah/ Kebutuhan	7
BAB II SOLUSI	
2.1 Alternatif Solusi	9
2.2 Program yang ditawarkan	9
2.3 Tujuan Program	10
2.4 Justifikasi Program	10
2.4.1 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	10
2.4.2 <i>Marketing Public Relations</i> (MPR)	12
2.4.3 <i>Special Event</i>	13
2.4.4 <i>Brand</i> atau Merek	15
2.4.5 <i>Brand Awareness</i>	17
BAB III RINCIAN PROGRAM	
3.1 Sasaran Program	21
3.2 Strategi Program	22
3.3 Khalayak Sasaran	23
3.4 Pesan Kunci	24
3.5 Rincian Program	24

3.5.1	<i>Pra Event</i>	26
3.5.2	<i>Event</i>	34
3.5.3	<i>Post Event</i>	36
3.5.4	<i>Run Down</i>	39
3.5.5	<i>Time Table Kegiatan</i>	45
3.6	Anggaran Program	46
BAB IV IMPLEMENTASI PROGRAM		
4.1	Logo Pingu's English Bintaro	50
4.2	Poster	50
4.3	Spanduk	51
4.4	Flyer	51
4.5	Nametag Peserta	52
4.6	Nametag Panitia	52
4.7	Seragam Panitia	53
4.8	Seragam anak-anak dan Orang tua	53
4.9	Backdrop Panggung	54
4.10	<i>Layout</i> Panggung Sarpino's Pizza	55
4.11	<i>Layout</i> Panggung Museum Layang-layang	55
4.12	Denah Ruangan Sarpino's Pizza	56
4.13	Denah Ruangan Dapur Sarpino's Pizza	57
4.14	Denah Museum Layang-layang Indonesia	58
4.15	Hadiah <i>Doorprize</i>	59
4.16	Hadiah Juara 1, 2 dan 3	59
4.17	Hadiah <i>Games</i>	59
BAB V KERANGKA EVALUASI <i>OUTCOME</i>		
5.1	Evaluasi Income	61
5.2	Evaluasi Outcome	62
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		x

BAB I

IDENTIFIKASI MASALAH

1.1 Profil Perusahaan

1.1.1 *Pingu's English*

Pingu's English adalah sebuah tempat kursus khusus anak-anak dengan sistem pembelajaran bahasa Inggris yang lengkap didukung oleh tokoh karakter penguin bernama “Pingu” yang diambil dari serial animasi terkenal dari HIT *entertainment* U.K. Serial animasi Pingu yang lucu dan menggemaskan ini telah memiliki sekitar 200 seri dan telah diputar diseluruh dunia selama lebih dari 20 tahun.

Pingu's English bergabung dengan *Linguaphone Group* U.K. untuk menyediakan sebuah kursus bahasa Inggris yang terbaik berstandar Internasional khusus untuk anak - anak usia dini 3 hingga 7+ tahun. Dengan didukung oleh *Linguaphone Group* yang memiliki lisensi terhadap karakter serial pingu itu sendiri, orang tua dapat merasa yakin bahwa anak-anak mereka akan berada di tangan yang aman, yaitu belajar bahasa Inggris dari para ahli.

Berbeda dari kursus bahasa Inggris pada umumnya *Pingu's English* memfasilitasi anak - anak khususnya yang berusia 3 sampai 7 tahun untuk belajar sesuai dengan gaya belajar yang dimilikinya dan juga mengajarkan dan mengembangkan 5 area penting bagi anak - anak yakni *Emotional, Personal and Social Development, Communication and Language, Knowledge and Understanding of the World, Expressive and Aesthetic Development, Pysical Development and Movement*.

Tempat kursus ini terdiri dari 3 level dengan minimal pembelajaran selama 72 jam di setiap levelnya. Pembelajaran bahasa Inggris menggunakan berbagai macam pilihan pembelajaran, yaitu menggunakan lagu, permainan, buku cerita, CD, DVD dan materi online.

Sejak peluncuran pertama pada tahun 2008, *Pingu's English* kini telah hadir di 18 negara seperti Portugal, Arab Saudi, Turki, Malaysia dan Mesir, Cina, Hong Kong, Thailand, Afrika Selatan, Indonesia dan Singapura. Di Indonesia, Lisensi Master dimiliki oleh PT. *Impact Teaching Center* (ITC). PT. ITC merupakan industri jasa yang memberikan penilaian dan sertifikat secara internasional. *Pingu's English* Indonesia terletak di Mall of Indonesia (MOI), Kelapa Gading, dan kini juga telah hadir di Bintaro.

1.1.2 *Pingu's English* Bintaro

Pingu's English Bintaro adalah salah satu unit Lisensi dari Indonesia yang membuka cabangnya di Bintaro sektor 9. Perusahaan ini secara resmi dibuka pada tanggal 10 Oktober 2010. *Pingu's English* Bintaro adalah sebuah perusahaan induk dengan nama PT. Nabila Mitra Cendekia, sebuah perusahaan berbasis pendidikan di Bintaro, Tangerang. PT. Nabila Mitra Cendekia adalah perusahaan yang didirikan pada tahun 2002 yang menyediakan layanan IT dan pendidikan di Indonesia.

1.1.3 Visi Perusahaan

Visi perusahaan merupakan keinginan perusahaan yang bersifat ideal yang dirumuskan secara seksama, yang menentukan arah atau keadaan masa depan.¹

Visi dari tempat kursus *Pingu's English* Bintaro adalah menyediakan pelayanan jasa yang baik, berkualitas dan berkesan kepada setiap pelanggannya, sehingga *Pingu's English* dapat menjadi tempat kursus Bahasa Inggris Terbaik untuk anak-anak usia 2-7 tahun.

1.1.3 Misi Perusahaan

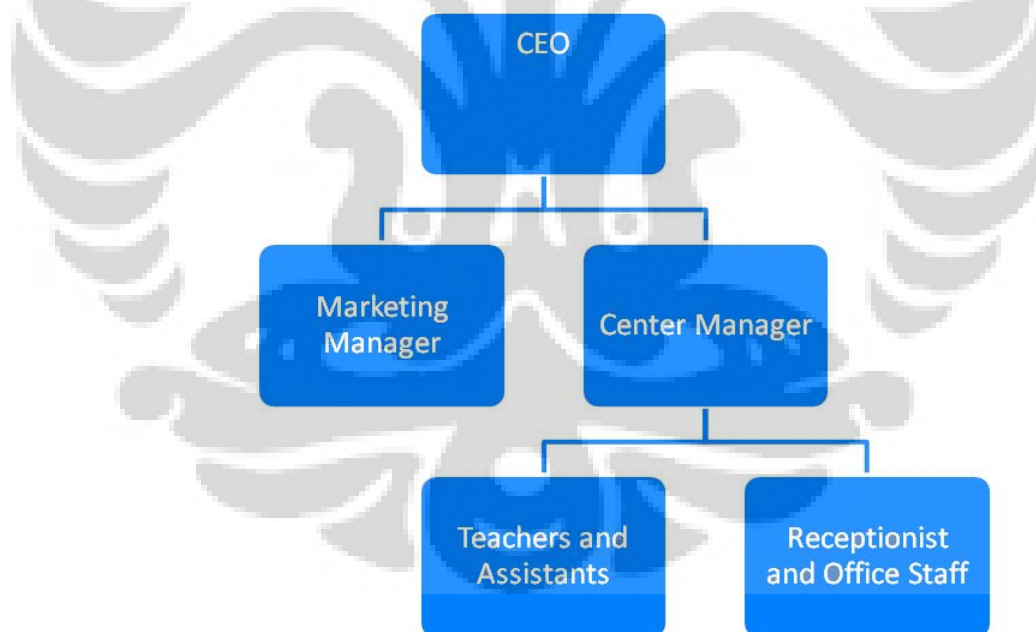
Misi perusahaan merupakan perwujudan dari visi perusahaan. Keduanya merupakan acuan utama dari segala perubahan yang terjadi dalam perusahaan. Oleh sebab itu penurunan visi menjadi misi mencerminkan perubahan yang

¹ Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Company*. (Yogyakarta: PT Andi Offset, 2007). Hal. 28

diharapkan, yang menggambarkan perjalanan dari titik berangkat sebagai keadaan awal ke arah titik pencapaian sebagai keadaan yang diharapkan.²

1. Memberikan tempat kursus yang edukatif, menyenangkan dan menghibur kepada anak-anak yang berusia 3-7 tahun berdasarkan dengan karakter serial animasi yang terkenal yaitu “Pingu”
2. Menyediakan materi pembelajaran yang komprehensif yang dikembangkan oleh ahli bahasa Inggris dan spesialis pendidikan anak.
3. Pengajar yang berkualitas yang secara khusus dipilih, dilatih dan disertifikasi oleh *Pingu’s English*.
4. Memastikan bahwa anak-anak diarahkan kepada pembelajaran yang menyenangkan, aman dan dapat menstimulasi perkembangan karakter anak itu sendiri.

1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



² Ibid, Hal. 33

1.2 Analisis Situasi

Analisis situasi disini menggunakan bahan dasar dari hasil temuan dalam penelitian *public relations*. Dalam analisis ini penting untuk mengungkapkan apa masalah dan peluang yang tersedia serta kemungkinan implikasinya bagi perusahaan. Bila kegiatan komunikasinya dilakukan pada semua publik organisasi, maka tentu saja analisis yang akan dilakukan juga mesti bersifat komprehensif.³

Di era terbuka saat ini, bahasa Inggris semakin sering digunakan dan dengan hadirnya sekolah bilingual dan nasional bertaraf Internasional, anak-anak pun semakin sering menggunakan bahasa Inggris untuk kemajuan prestasi mereka dan untuk masa depan mereka. *Pingu's English* merupakan salah satu alternatif orang tua untuk membantu anak-anaknya belajar bahasa Inggris sejak dini.

Pingu's English Bintaro sudah berdiri sejak Oktober tahun 2010. Meskipun telah berjalan selama satu tahun, tempat kursus ini masih terbilang baru bagi warga Bintaro dan sekitarnya, apalagi daerah Bintaro dapat dikatakan memiliki usaha-usaha bisnis persaingan yang bergerak di bidang yang sama dengan *Pingu's English*.

Bagi perusahaan baru untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan diperlukan keunikan, keunggulan dan ide-ide yang kreatif yang membuat berbeda sehingga akan menjadi pendorong yang akan membawa kepada kesejahteraan dan keberhasilan di masa yang akan datang.

Keberhasilan ini tidak lepas dari hal yang dimaksudkan untuk memenuhi misi dari perusahaan yaitu menyediakan pelayanan jasa yang baik, berkualitas dan berkesan kepada setiap pelanggannya, selain itu perusahaan juga ingin menjadi tempat kursus bahasa Inggris terbaik khususnya untuk anak-anak usia 3-7 tahun.

³ Yosai Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations*.(Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004)
Hal. 109

1.2.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu langkah yang paling penting dalam memformulasikan strategi. Dengan menggunakan misi organisasi sebagai konteks, manajer mengukur kekuatan dan kelemahan internal (kompetensi unggulan), demikian juga kesempatan dan ancaman eksternal. Tujuannya adalah untuk mengembangkan strategi yang baik yang mengeksploitasi kesempatan dan kekuatan, menetralkan ancaman, dan menghindari kelemahan.⁴

Sebelum memutuskan untuk mengadakan suatu kegiatan, perlu mempertimbangkan situasi perusahaan. Situasi perusahaan ini dapat dilihat dengan analisis SWOT. Yaitu *Strength* (kekuatan perusahaan), *Weakness* (kelemahan perusahaan), *Opportunity* (peluang perusahaan), dan *Threat* (ancaman terhadap perusahaan). Analisis tersebut bila diaplikasikan pada situasi *Pingu's English Course* Bintaro saat ini adalah:

Strengths

1. Memiliki konsep program pembelajaran yang unik, kreatif dan menghibur yakni menggunakan tokoh animasi pingu sehingga anak akan lebih merasa tertarik dan termotivasi.
2. Lokasi acara cukup strategis dan mudah dijangkau. Letaknya berada di pinggir jalan raya dan cukup dekat dengan perumahan sehingga mudah dilihat oleh masyarakat Bintaro.
3. Kurikulum internasional, kurikulum dikembangkan oleh *Lingualphone Group*. Dan memiliki tim pengembangan: Dr Diana Hicks, memiliki pengalaman lebih dari 30 tahun di dunia pendidikan bahasa Inggris anak-anak, Diana Hicks merancang khusus silabus *Pingu's English*. Mike Ragget, *Creative Director* dari *HIT Entertainment* merancang khusus multimedia *Pingu's English* untuk anak-anak.
4. Guru pilihan, Guru di *Pingu's English* adalah spesialis anak yang mengerti kebutuhan dan menerapkan cara belajar yang tepat bagi masing-masing

⁴ R.Griffin, *Management 7th Edition*. (Boston: Houghton Mifflin Company, 2006). Hal.203

siswa. Anak-anak belajar untuk distimulasi sesuai dengan minat dan cara belajar mereka yang sesuai.

5. Menghadirkan *public figure*, Dewi Rezer dan artis cilik Umay yang akan menghibur peserta.

Weaknesses

1. Belum begitu banyak event besar yang diadakan oleh *Pingu's English* Bintaro. Hanya beberapa *event* yang pernah diadakan seperti menjadi sponsor untuk perlombaan TK Pembangunan Jaya Bintaro, *Children's International Day*.
2. Sebuah tempat kursus yang sifatnya tidak terlalu mengikat seperti sekolah. Sehingga akan lebih sulit untuk mempertahankan anak agar tetap belajar di *Pingu's English*.

Opportunities

1. Semakin banyaknya sekolah bilingual dan nasional bertaraf internasional, bahasa Inggris semakin diperlukan untuk anak-anak.
2. Program diadakan pada waktu liburan sekolah anak-anak, maka akan semakin besar peluang peserta yang akan ikut dalam acara ini.

Threats

Ketatnya persaingan dalam industri, semuanya berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian konsumen. Oleh sebab itu *Pingu's English* harus mampu bersaing dan bertahan dalam menjalankan visi dan misinya meskipun terdapat banyak sekali persaingan.

1.3 Pernyataan Masalah/Kebutuhan (*Problem Statement*)

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan sarat dengan persaingan, perusahaan yang ingin bertahan hidup di pasar wajib mengembangkan strategi perang untuk memenangkan pasar yang dinamis. Selain itu, perusahaan juga harus memiliki kekuatan atau modal untuk bisa menjalankan strategi tersebut. Salah satu modal utama dalam berbisnis adalah merek (*brand*). Merek adalah sebuah persepsi yang dihasilkan dari pengalaman dan informasi mengenai suatu perusahaan atau lini produk. Merek mampu berbicara lebih daripada produk atau jasa itu sendiri. Merek membedakan sebuah produk atau jasa dengan pesaingnya. Oleh karena itu, perlu adanya manajemen yang dapat menciptakan merek sebagai kekuatan dalam bersaing.

Pingu's English Bintaro merupakan perusahaan yang baru berdiri selama setahun dan masih belum begitu dikenal masyarakat di sekitar Bintaro, sehingga *Pingu* membutuhkan sebuah solusi untuk dapat meningkatkan *brand awareness* dari masyarakat. Perusahaan sebenarnya memiliki potensi dan keunikan yang dapat ditawarkan kepada masyarakat khususnya bagi anak-anak untuk belajar bahasa Inggris dengan cara yang menyenangkan. Seperti yang sudah kita ketahui, *Pingu's English* sudah berdiri selama satu tahun tetapi masih memiliki tingkat *brand awareness* yang kurang.

Hal ini perlu menjadi perhatian khusus, yang mana secara jangka panjang dapat memberikan dampak yang kurang baik khususnya dalam segi pemasaran. Untuk itu, sangatlah penting untuk meningkatkan *brand awareness* agar masyarakat lebih mengenal *Pingu's English*.

Penulis mengadakan riset dengan membagikan 75 kuesioner di perumahan yang terletak di kawasan Bintaro yaitu Puri Indah Bintaro dan Wisma Pondok Aren Bintaro. Dari 75 responden, 23 orang menyebutkan *English first* sebagai tempat kursus pertama yang mereka ingat, 25 orang paling mengingat *Kids Centre*, sedangkan untuk *Pingu's English* sendiri hanya 19 orang yang menyebutkan tempat kursus ini pertama kali ditanya, sisanya 8 orang menyebutkan tempat kursus lain.

Tabel *Top of Mind-Brand Awareness*

Nama Tempat Kursus	Jumlah Responden
Kids Centre	25 (33,333%)
English First	23 (30,666%)
Pingu's English	19 (25,333%)
Lain-lain	8 (10,666%)
Total	75 (100%)

Mengacu pada riset terbukti bahwa tempat kursus *Kids centre* paling diingat oleh sebagian besar responden, ditempat kedua ditempati oleh *English First* dan *Pingu's English* berada di posisi ketiga.

BAB II SOLUSI

2.1 Alternatif Solusi

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas pada bab sebelumnya dan untuk menjawab pertanyaan yang muncul, terdapat sejumlah alternatif dan solusi, antara lain:

1. Promosi bagi *brand* Pingu ditingkatkan melalui *advertising* yang rutin melalui iklan di berbagai media massa baik koran, majalah maupun radio.
2. *Marketing Public Relation*, merupakan kegiatan pendukung fungsi pemasaran yang terdiri dari *special event* seperti pameran, *gathering*, *outbond* dan lain-lain. Publisitas media massa dan berbagai program peningkatan pelayanan.
3. *Personal Selling*, melakukan penawaran terhadap *potensial buyer* secara langsung.
4. *Co Promotion*, melakukan kegiatan promosi ke sekolah-sekolah.

2.2 Program yang Ditawarkan

Dengan mengacu pada analisis yang telah disampaikan, solusi yang dibutuhkan oleh perusahaan adalah suatu program yang mampu meningkatkan *brand awareness* masyarakat Bintaro agar lebih dikenal dan dipercaya oleh orang tua sebagai salah satu pilihan tempat kursus terbaik bagi anak-anak mereka untuk belajar bahasa Inggris.

Dari berbagai program potensial yang diusulkan program yang ditawarkan adalah:

1. Membuat *special event outbond* yang bernama "*Holiday with Pingu*" berupa kegiatan *outbond* yang ditawarkan kepada anak-anak untuk mengisi waktu liburan mereka. Program ini bukan hanya diikuti oleh murid-murid Pingu saja melainkan anak-anak dari luar pun boleh bergabung dan ikut mendaftar tanpa harus kursus di *Pingu's English*.
2. Melaksanakan promosi acara melalui *advertising* di majalah dan membagikan *flyer* ke sekolah-sekolah yang telah ditentukan.

3. Mengundang media dalam program *special event* dengan tujuan meningkatkan publisitas secara luas dan optimal.

2.3 Tujuan Program

1. Untuk menarik target pasar yaitu masyarakat Bintaro, agar tertarik menjadi customer *Pingu's English* sehingga meningkatkan persaingan antara sesama kompetitor.
2. Meningkatkan *brand awareness Pingu's English* sebagai tempat kursus anak-anak yang terpercaya, berkualitas dan memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya bagi orang tua yang menginginkan anak-anaknya belajar bahasa Inggris sejak usia dini.
3. Membentuk citra dan mendapatkan publisitas *Pingu's English* dari media sebagai tempat kursus yang menyenangkan, berkualitas dan menghibur.

2.4 Justifikasi Program

2.4.1 Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Bidang *public relations* merupakan suatu bidang yang sangat luas dan menyangkut hubungannya dengan publik. Pengertian dari *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi. Dimana seorang *public relations* melakukan kerja sama dengan manajemen perusahaan dalam permasalahan dan persoalan; membantu manajemen memberikan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu mendahului kecenderungan; dan menggunakan teknik komunikasi yang sifatnya informatif dan persuasif. Komunikasi persuasif sangat penting bagi kegiatan *public relations* sehubungan dengan fungsi humas yaitu mendukung manajemen

dalam upaya memperoleh *goodwill* dari para langganannya, pegawai dan publik umumnya.⁵

Selanjutnya jika dipaparkan secara rinci bahwa ada tiga fungsi utama *public relations* yakni:

Pertama, sebagai komunikator dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan. Humas secara terus menerus mengadakan komunikasi dan dialog dengan publik internal dan eksternal.

Kedua, membangun citra dengan usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya, internal maupun eksternal melalui proses timbale balik, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi perusahaan.

Ketiga, fungsi manajemen. Merupakan keterlibatan seluruh individu dalam perusahaan, masing-masing dalam tugasnya mulai dari *top* dan *staff management* sampai tingkat yang paling bawah dalam manajemen. Di sini komunikasi dan kerja sama sangat vital dalam pencapaian tujuan *public relations*.⁶

Dalam melakukan kegiatannya, *public relations* perlu mengawali dengan empat tahap proses yaitu:

1. *Defining Public relations problem*, tahap untuk mendapatkan data dan fakta berkaitan dengan kegiatan yang akan dilakukan.
2. *Planning and programming*, tahap perencanaan yaitu membuat proposal kegiatan yang disusun berdasarkan data dan fakta yang diperoleh pada saat penelitian dan perlu dipikirkan dengan matang karena perencanaan ini nantinya akan menjadi pedoman pada saat pelaksanaan.
3. *Taking action and Communicating*, tahap pelaksanaan dari perencanaan yang telah disusun.
4. *Evaluating the Program*, tahap dimana kita dapat mengetahui apakah kegiatan dilaksanakan berdasarkan pada perencanaan yang telah dibuat dan untuk melihat seberapa jauh tujuan program dapat dicapai.⁷

⁵ Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. (Jakarta: PT Grasindo,2002) Hal. 12

⁶ Ibid, Hal. 32

⁷Wahyuni Pudjiastuti, *Special Event Alternatif Jitu Membidik Pasar*.(Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2010) Hal.xxxvii

Pingu's English saat ini belum memiliki kehumasan yang berdiri sendiri dalam struktural organisasi namun fungsi kehumasan berada pada unit *marketing* dibawah tanggung jawab manajer perusahaan.

2.4.2 Marketing Public Relations (MPR)

Hubungan masyarakat, memegang peran serta fungsi penting dalam suatu kegiatan, khususnya pemasaran. Merupakan tujuan utama dari humas pemasaran yaitu mendukung tercapainya tujuan pemasaran. Seperti yang dikatakan Thomas L. Harris, tugas humas pemasaran adalah melakukan proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program yang mendorong adanya pertukaran dan mencapai kepuasan konsumen melalui saluran-saluran komunikasi serta pendekatan-pendekatan untuk mengidentifikasi perusahaan dan produknya dengan keinginan, kebutuhan dan ketertarikan konsumen. Konsumen dalam hal ini sangat penting peranannya karena dia berfungsi sebagai *keyholder* berjalannya suatu perusahaan. Namun yang harus diperhatikan ialah dalam melakukan pendekatan-pendekatan kepada pihak konsumen, harus sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.⁸

MPR adalah bagian dari kegiatan pemasaran, penanggung tertingginya adalah manajer pemasaran, dan sasaran dari kegiatan MPR adalah mendukung sasaran di bidang pemasaran. Ruang lingkup pekerjaan MPR adalah sebagai berikut:

1. Memposisikan perusahaan sebagai "*leader*" atau "*expert*"
2. Memperkenalkan produk baru
3. Membangun kepercayaan konsumen
4. Menghapus, meluncurkan kembali produk-produk yang sudah dewasa
5. Menekan pasar yang lemah
6. Mengkomunikasikan keuntungan-keuntungan produk lama
7. Melibatkan masyarakat dalam produk kita
8. Memperluas jangkauan iklan

⁸ Rhenald Kasali, *Sembilan Fenomena Bisnis*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997) Hal.33

9. Mendapatkan dukungan konsumen.⁹

2.4.3 *Special Event*

Macnamara dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Handbook For Manager Executive* menyatakan bahwa special event adalah sebuah event yang biasanya dilakukan untuk mendapatkan perhatian media yang bermuara pada perhatian publik tentang perusahaan atau produk perusahaan.¹⁰

Yaverbaum (2000) mengemukakan bahwa *special event* adalah media publisitas yang efektif karena dapat membantu dalam memasarkan perusahaan dan produk jasa kepada publik, sangat bersifat promosi, serta mampu mendapatkan publisitas banyak dari pihak media massa.¹¹

Pada dasarnya pola komunikasi memiliki tiga dampak yaitu :

1. Memberikan informasi, meningkatkan pengetahuan, menambah wawasan. Tujuan ini sering disebut dengan tujuan yang kognitif.
2. Menumbuhkan perasaan tertentu, menyampaikan pikiran, ide atau pendapat. Tujuan ini sering disebut tujuan afektif.
3. Mengubah sikap, perilaku dan perbuatan. Tujuan ini sering disebut tujuan konatif.

⁹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) Hal.319

¹⁰ Jim Macnamara, *Public Relations Handbook For Manager Executive*. (Australia: Prentice Hall, 1996) Hal.54

¹¹ Wahyuni Pudjiastuti, *Op.cit* Hal.xvii

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan pola komunikasi yang sesuai dengan yang menjadi tujuan komunikasi yaitu meningkatkan *brand awareness* perusahaan, oleh karena itu kegiatan yang cukup efektif adalah dengan mengadakan *special event*.¹²

Dalam merancang sebuah event tentunya memerlukan beberapa tahap kegiatan sebagai berikut:

1. Riset
2. Desain
3. Perencanaan
4. Koordinasi
5. Evaluasi

Tujuan utama diadakannya *special event* adalah mempromosikan produk atau perusahaan agar lebih dikenal khalayak sasaran. Tujuan ini akan terlihat lebih nyata bila ada liputan dari media massa sehingga muncul publisitas bagi produk atau perusahaan yang sedang dipromosikan tersebut.¹³ *Special event* diadakan karena ada beberapa fungsi, seperti yang dikatakan Rosady Ruslan, fungsinya antara lain adalah:

1. Memberikan informasi secara langsung (tatap muka) dan mendapatkan timbal balik yang positif dari publiknya.
2. Menjadi media komunikasi sekaligus mendapatkan publikasi sehingga pada akhirnya publik sebagai target sasaran akan memperoleh pengenalan, pengetahuan dan pengertian mendalam. Dari *event* tersebut juga diharapkan akan tercipta citra positif perusahaan atau produk yang diwakilinya.¹⁴

Special event yang akan dilakukan oleh *Pingu's English* bertujuan untuk melibatkan anak-anak serta orang tua bukan hanya mereka yang kursus di Pingu saja melainkan memperbolehkan orang luar untuk terlibat dalam kegiatan. Pihak media turut diundang untuk meliput acara ini, sehingga akan meningkatkan *brand*

¹² Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009) Hal.12

¹³ Wahyuni Pudjiastuti, Op.cit Hal.xx

¹⁴ Ibid, Hal.xxix

awareness. Hal ini juga termasuk upaya pencitraan perusahaan sebagai tempat kursus bahasa Inggris terbaik untuk anak-anak usia 2-7 tahun di kawasan Bintaro.

Dalam perencanaan *special event* perlu memperhatikan elemen-elemen yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah acara. Elemen-elemen penting itu mencakup:

1. *Who*: Berkaitan dengan setiap personil yang akan terlibat dalam kegiatan ini.
2. *Why*: Berkaitan dengan tujuan yang akan dicapai dalam acara ini, khususnya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak.
3. *When*: Berkaitan dengan waktu yang paling tepat untuk penyelenggaraan acara.
4. *Where*: Berkaitan dengan tempat penyelenggaraan acara yang paling tepat untuk khalayak sasaran.
5. *What*: Berkaitan dengan bagaimana bentuk acara dan kesan yang ingin ditampilkan.
6. *How*: Berkaitan dengan bagaimana pelaksanaan acara

Kegiatan *special event* yang diambil oleh perusahaan adalah *outbond*. *Outbond* adalah bentuk permainan yang biasa-biasa saja yang bisa menjadi sangat luar biasa bila dikemas dengan baik dan mampu memberikan kesan mendalam bagi peserta, atau pihak-pihak yang terlibat. Mengikutkan selebritas dalam permainan atau pihak yang mempunyai nilai berita ternyata mampu menarik perhatian pihak media massa atau sponsor.¹⁵

2.4.4 Brand atau Merek

Pengertian merek menurut David A.Aaker adalah nama dan atau simbol yang bersifat membedakan dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual atau sebuah kelompok tertentu. Dengan demikian suatu merek membedakannya dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh kompetitor.¹⁶

Merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan *feature*, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli. Merek-merek terbaik

¹⁵ Ibid, Hal. 159

¹⁶ Freddy Rangkuti, *The Power Of Brands*.(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2002) Hal.35

memberikan jaminan kualitas. Tetapi merek lebih dari sekedar simbol. Merek dapat memiliki enam tingkat pengertian yaitu:

1. Atribut, yaitu merek mengingatkan pada atribut-atribut tertentu.
2. Manfaat, suatu merek lebih daripada serangkaian atribut. Pelanggan tidak membeli hanya atribut, mereka membeli manfaat. Atribut diperlukan untuk diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan atau emosional.
3. Nilai, yaitu merek juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen.
4. Budaya, yaitu merek juga mewakili budaya tertentu.
5. Kepribadian, yaitu merek juga mencerminkan kepribadian tertentu.
6. Pemakai, yaitu merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan merek tersebut.

Emotional branding adalah keterikatan manusia secara emosional dengan suatu merek, yaitu memfokuskan pada aspek yang paling mendesak dari karakter manusia; keinginan untuk memperoleh kepuasan material dan mengalami pemenuhan emosional. Suatu berada pada posisi yang unik untuk memperoleh aspek-aspek ini karena merek dapat memanfaatkan dorongan-dorongan aspirasional yang mendasari motivasi manusia.¹⁷

Merek menjembatani kesenjangan antara penyedia dan penerima. Merek adalah mengenai kepercayaan pelanggan dan dialog. *Emotional branding* yang kuat dihasilkan dari kemitraan dan komunikasi. Membangun emosi yang tepat adalah investasi terpenting yang dapat dibuat dalam suatu merek, hal tersebut adalah janji perusahaan kepada konsumen, yang memberikan akses kepada mereka untuk menikmati dunia merek tersebut.¹⁸

Terdapat empat pilar dari *emotional branding* yaitu:

1. Hubungan, menumbuhkan hubungan yang mendalam dan menunjukkan rasa hormat pada jati diri konsumen.
2. Pengalaman pancaindra, menawarkan pengalaman merek yang berhubungan dengan pancaindra dapat menjadi suatu perangkat branding merek yang sangat efektif. Menyediakan kepada konsumen suatu

¹⁷ Marc Gobe, *Emotional Branding Paradigma Baru Untuk Menghubungkan Merek Dengan Pelanggan*. (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2001) Hal. xviii

¹⁸ Ibid, Hal. xxxii

pengalaman pancaindra dari suatu merek adalah kunci untuk mencapai jenis hubungan emosional dengan merek yang menimbulkan kenangan manis serta akan menciptakan preferensi merek dan dan menciptakan loyalitas.

3. Imajinasi, dalam penetapan desain merek adalah upaya untuk membuat proses *emotional branding* menjadi nyata. Pendekatan imajinatif dalam desain produk, kemasan, took ritel memungkinkan merek menembus batas atas harapan dan meraih hati konsumen dengan cara yang baru dan segar.
4. Visi, faktor utama kesuksesan merek dalam jangka panjang. Merek berkembang melalui suatu daur hidup yang alami dalam pasar dan untuk menciptakan serta memelihara keberadaannya dalam pasar saat ini, merek harus berada dalam kondisi keseimbangan sehingga dapat memperbarui dirinya kembali secara terus-menerus.¹⁹

Untuk itu merek harus dibangun secara jangka panjang, maka sangatlah penting loyalitas merek secara strategis. *Pingu's English* memiliki keunikan mereknya tersendiri dimana Pingu memiliki identitas yang lucu, menarik dan menyenangkan. Identitas inilah yang memiliki nilai tambah dan dapat bersaing dengan para pesaing atau kompetitor khususnya pesaing sesama tempat kursus.

2.4.5 Brand Awareness

Brand awareness adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali, suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Bagian dari suatu kategori produk perlu ditekankan karena terdapat suatu hubungan yang kuat antara kategori produk dengan merek yang dilibatkan.²⁰

¹⁹ Ibid, Hal. xxxvii

²⁰ Darmadi Duriyanto, Sugiarto, Tony Sitinjak. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2001) Hal.54

Brand awareness dapat menciptakan suatu nilai. Penciptaan nilai ini dapat dilakukan paling sedikit dengan 4 cara yaitu:

1. ***Anchor to which other association can be attached***, artinya suatu merek dapat digambarkan seperti suatu jangkar dengan beberapa rantai. Rantai menggambarkan asosiasi dari merek tersebut.
2. ***Familiarity-liking***, dengan mengenal merek akan menimbulkan rasa terbiasaterutama untuk produk-produk yang bersifat *low involvement*. Suatu kebiasaan dapat menimbulkan keterkaitan kesukaan yang kadang-kadang dapat menjadi suatu pendorong dalam membuat keputusan.
3. ***Substance/Commitment***, kesadaran akan nama dapat menandakan keberadaan, komitmen, dan inti yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Secara logika, suatu nama dikenal karena beberapa alasan, mungkin karena program iklan perusahaan yang ekstensif, jaringan distribusi yang luas, eksistensi yang sudah lama dalam industri dan lain-lain. Jika kualitas dua merek sama, *brand awareness* akan menjadi faktor yang menentukan dalam keputusan pembelian konsumen.
4. ***Brand to consider***, langkah pertama dalam proses pembelian adalah menyeleksi dari suatu kelompok dari merek-merek yang dikenal untuk dipertimbangkan merek mana yang akan diputuskan untuk dibeli. Jika suatu merek tidak tersimpan dalam ingatan, merek tersebut tidak dipertimbangkan di benak konsumen. Biasanya merek-merek yang disimpan dalam ingatan konsumen adalah merek merek yang disukai atau merek yang dibenci.²¹

Dalam mengenali atau mengingat merek suatu produk sangat tergantung pada tingkat komunikasi merek atau persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Ada empat tingkatan *brand awareness* yaitu:

1. ***Unaware of brand***

Pada tahap ini, pelanggan merasa ragu atau tidak yakin apakah sudah mengenal merek yang sudah disebutkan atau belum. Tingkatan ini sebaiknya tidak ada dalam suatu perusahaan.

²¹ Ibid, Hal.56

2. ***Brand Recognition***

Pada tahap ini pelanggan mampu menyebutkan atau mengidentifikasi merek yang disebutkan.

3. ***Brand Recall***

Pada tahap ini, tingkatan pengingatan kembali merek tanpa bantuan, karena konsumen tidak perlu dibantu untuk mengingat merek.

4. ***Top of Mind***

Brand awareness tertinggi yang merupakan pimpinan dari berbagai merek yang ada di dalam pikiran konsumen.²²



²² Ibid, Hal.55



BAB III

RINCIAN PROGRAM

3.1 Sasaran Program

Dalam program ini sasaran yang ingin dicapai didasarkan atas prinsip SMART-C, yang meliputi *Specific, Measurable, Applicable, Realistic, Time-bond* dan *Controllable*.

1. *Specific* (Spesifik)

Program *Holiday With Pingu* dirancang untuk meningkatkan *brand awareness* dengan tema “*Fun, Entertaining and Loveable*”, melalui rangkaian acara dan tahap kegiatan yang terencana.

2. *Measurable* (Terukur)

Kepanitiaan terbagi menjadi seksi-seksi yang terus dimonitor perkembangannya dalam rapat panitia. Cara mengukur keberhasilan penyelenggaraan program ini adalah selama program berlangsung, panitia pelaksana “*Holiday With Pingu*” telah menyiapkan lembar evaluasi yang harus diisi oleh peserta, yaitu evaluasi mengenai acara yang telah diselenggarakan.

3. *Applicable* (Dapat diterapkan)

Program “*Holiday With Pingu*” dapat diwujudkan melalui perencanaan kegiatan yang baik, waktu serta biaya yang sesuai. Serta adanya kebutuhan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat Bintaro.

4. *Realistic* (Realistis)

Program “*Holiday With Pingu*” dapat dilaksanakan karena dibuat berdasarkan data dan kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness* agar tetap bertahan dalam dunia persaingan.

5. *Time-Bond* (Memiliki Kerangka Waktu)

Program “*Holiday With Pingu*” memiliki kerangka waktu yang jelas dipersiapkan sejak bulan Maret 2012 sampai Mei 2012 (tiga bulan) dan dilaksanakan selama dua hari yaitu pada tanggal 13-14 Juni 2012.

6. *Controllable* (Terkontrol)

Rancangan program “*Holiday With Pingu*” adalah suatu program yang dapat dikontrol karena sasarannya sudah jelas yakni masyarakat di sekitar Bintaro. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan suatu program yang sudah dijalankan dengan metode pengamatan langsung dan survey melalui pengisian kuesioner.

3.2 Strategi Program

Penciptaan strategi diperlukan kreativitas yang harus memperhatikan *brand history*, *target audience*, *product positioning* sehingga dapat memperkuat citra merek yang dikomunikasikan dengan membuat suatu kegiatan yang bersifat *total experiential*, promosi yang emosional dan memiliki interaksi yang tinggi dengan khalayak sasaran. Ditengah persaingan antara perusahaan yang kian banyak, ditengah diferensiasi merek yang tipis, perlu dibangun kepribadian merek dan menciptakan sesuatu yang berbeda.²²

Strategi program dijelaskan sebagai berikut:

1. Membuat *special event* dengan program “*Holiday With Pingu*” kegiatan ini merupakan kegiatan *outbond* yang akan diadakan selama 2 hari di waktu liburan sekolah anak-anak yaitu pada hari Rabu dan Kamis tanggal 13-14 Juni 2012.
2. Promosi dilakukan secara bertahap, yaitu menggunakan beragam publikasi acara seperti penempelan *poster* dan membagikan *flyer* ke sekolah-sekolah yang sudah ditetapkan yaitu :
 - Sekolah TK-SD Pembangunan Jaya
 - TK-SD Penabur
 - SD Global Jaya
 - TK shining Star
 - TK-SD mentari
 - TK-SD Auliya

²² Rudy Jusup Sutiono, *Visual Merchandising Attraction*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009) Hal.xxiv

3. Program ini akan menghadirkan *public figure* sebagai pengisi acara yaitu Dewi Rezer dan artis cilik Umay.
4. Mengundang media agar acara ini mendapat publisitas yang optimal.

Media yang diundang adalah :

- Majalah Kicau Bintaro
- Majalah Bobo
- Majalah Ibu & Anak
- Tabloid Genie
- Tabloid Nakita
- Majalah Ayahbunda

Strategi ini akan berkaitan dengan bagaimana mewujudkan gagasan sehingga bisa mencapai objektif yang ditetapkan. Dalam strategi ini biasanya dinyatakan apa yang akan dilakukan. Dalam menyusun strategi, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu khalayak sasaran, tema dan *event* atau pun media.²³

3.3 Khalayak Sasaran

Pemilihan khalayak yang menjadi target *public relations* harus dilakukan dengan teliti. Ini tidak lain karena setiap *stakeholders* yang menjadi khalayak dari suatu perusahaan mempunyai kepentingan yang spesifik. Sementara, setiap khalayak harus didekati dengan program yang khusus. Atas dasar ini maka pemilihan prioritas dari yang menjadi target merupakan persyaratan untuk memformulasikan suatu rancangan komunikasi yang efektif.²⁴

Berikut Khalayak sasaran dari “*Holiday Program with Pingu*” adalah sebagai berikut:

1. Secara Geografis
 - Masyarakat yang tinggal di daerah Bintaro.
2. Secara Demografis
 - Orang tua yang memiliki anak (*Primary Target*)
 - Anak-anak usia 3– 7 tahun (*Secondary Target*)

²³ Yosol Iriantara, (*Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia,2004) Hal.110

²⁴ D.A Afdhal, *Tips & Trick Public Relations*. (Jakarta: PT Grasindo,2005) Hal.28

- SES: A dan B

3.4 Pesan Kunci

Karakter pesan tentunya berdampak pada proses komunikasi, pesan harus dapat menjangkau khalayak sasaran dengan jumlah yang memadai dan mampu menyampaikan pesan dengan mengakibatkan dampak yang cukup sehingga dapat mempengaruhi publik.²⁵

Pesan kunci untuk kegiatan acara ini adalah “*Fun, Entertaining, and Loveable*”. Pengertian dari pesan kunci adalah ingin menunjukkan bahwa kegiatan belajar itu tidaklah membosankan. Khususnya untuk belajar bahasa Inggris. Anak-anak akan mendapatkan kegiatan belajar yang menarik dan menyenangkan bagi mereka. Tokoh dari Pingu Pinguin itu sendiri diharapkan akan disukai anak-anak sehingga dapat memotivasi mereka untuk belajar bahasa Inggris.

3.5 Rincian Program

Rincian program harus disusun dengan sangat teliti dan matang mengingat fungsinya yang sangat vital sebagai pedoman pelaksanaan program. Perencanaan disusun berdasarkan data dan fakta yang diperoleh dari hasil riset sebelumnya sehingga tujuan penyelenggaraan acara tersebut dapat dicapai dengan sukses.²⁶

Dalam rangka menyambut liburan sekolah pada bulan Juni 2012, Pingu akan mengadakan *special event* berupa kegiatan *outbond* “*Holiday With Pingu*” dengan rincian sebagai berikut:

HARI PERTAMA

“*Holiday With Pingu, Fun Pizza Making*”

Hari/Tanggal :Rabu, 13 Juni 2012

Lokasi : Sarpino’s Pizza, ITC Malibu, Ruko Malibu Blok A no.11 BSD

²⁵ Anne Gregory, *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. (Jakarta: Erlangga,2004) Hal.101

²⁶ Wahyuni Pudjiastuti, *Special Event Alternatif Jitu Membidik Pasar*.(Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2010) Hal.10

Kegiatan:

- *Fun pizza making*
- *Magic Show*
- Lomba mewarnai, gambar dan peralatan mewarnai sudah disediakan oleh pihak *Sarpino's Pizza*
- *Games* (Tebak Kata dan Tebak Lagu)
- Makan siang yang telah disediakan oleh panitia
- *Doorprize* (5 buah berupa *voucher* berbelanja di *Lotte Mart* dan 1 paket *Pingu Figurines*)
- dan pengumuman Juara lomba mewarnai
- Hiburan yang akan diisi dengan nyanyian dari Umay

HARI KEDUA

"Holiday With Pingu, Kite Museum"

Hari/Tanggal : Kamis, 14 Juni 2012

Lokasi : Museum Layang-layang Indonesia, Pondok Labu Jakarta Selatan

Kegiatan :

- *Tour* ke dalam museum layang-layang
 - Membuat layang-layang untuk masing-masing peserta
 - *Visual learning*
 - *Games*
- Permainan interaktif, band memainkan musik, bisa berbagai jenis musik. MC menantang peserta yang mau tampil ke depan panggung, yang paling 'heboh' menang.
- Makan siang yang telah disediakan oleh panitia
 - Hiburan

Biaya pendaftaran peserta untuk mengikuti “*Holiday With Pingu*”

Paket	Kegiatan	Harga
Paket A	- Pizza making	With parents (Rp. 360.000)
	- Museum layang-layang	Child only (Rp.300.000)
Paket B	- Pizza making	With parents (Rp. 250.000)
		Child only (Rp.150.000)
Paket C	- Museum layang-layang	With parents (Rp. 250.000)
		Child only (Rp.150.000)

3.5.1 PRA EVENT

Kegiatan I	Rapat Perencanaan
Tujuan	Merumuskan konsep acara, berupa: <ul style="list-style-type: none"> - Tema - Jadwal - Susunan Acara - Isi Acara - Menetapkan target jumlah peserta yang akan mengikuti program ini
Waktu	Maret minggu ke-3 2012
Khalayak Sasaran	Seluruh karyawan <i>Pingu's English</i>
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
PIC	Pimpinan Perusahaan
Keterangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seluruh panitia melakukan Brainstorming untuk menetapkan konsep acara 2. Menetapkan isi acara kegiatan Outbond Holiday Program, yaitu: <ul style="list-style-type: none"> - Membuat pizza bersama - Berwisata ke museum layang-layang : <i>touring</i> dan membuat layang-layang dan <i>visual learning</i> - <i>Games</i> dan <i>Doorprize</i>

Kegiatan II	Rapat Panitia Ke-1
Tujuan	Membentuk struktur kepanitiaian yang terbagi ke dalam beberapa seksi dan dikepalai oleh seorang ketua yang bertugas memantau acara dari awal sampai akhir
Waktu	Maret minggu ke-4 2012
Khalayak sasaran	Panitia Pelaksana
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
PIC	Ketua Acara
Keterangan	Panitia terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> 1. Penanggung Jawab: Bapak Sharif hidayat 2. Ketua: Selvia Lirita 3. Sekretaris: Shinta Amelia 4. Bendahara: Dina Mardiana 5. Publikasi dan dokumentasi: 3 orang 6. Acara: 3 orang 7. Konsumsi: 2 orang 8. Perlengkapan: 5 orang 9. Keamanan dan kebersihan: 3 orang Total panitia: 20 orang

Kegiatan III	Rapat Pembuatan Proposal Kegiatan
Tujuan	Memberikan informasi lengkap tentang konsep acara kepada semua pihak pendukung kegiatan
Waktu	April minggu ke-1 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
PIC	Ketua Panitia " <i>Holiday With Pingu</i> "
Keterangan	Personil: <p>Penanggung jawab : 1 orang</p> <p>Ketua : 1 orang</p>

	Sekretaris : 1 orang
	Seksi Acara : 1 orang
	Total : 5 orang

Kegiatan IV	Menghubungi Pihak Vendor Terkait
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mendapatkan gambaran harga dari masing-masing vendor 2. Untuk memberikan deskripsi singkat mengenai acara ini kepada vendor
Waktu	April minggu ke-2
Khalayak Sasaran	Para pihak vendor
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
PIC	Ketua Panitia
Keterangan	<p>Vendor-vendor yang dihubungi dan survei:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pihak Sarpino's Pizza 2. Pihak Museum Layang-Layang 3. Pihak vendor untuk pembuatan kaos 4. Pihak vendor untuk pembuatan spanduk, <i>poster</i> dan <i>flyer</i> 5. Pihak vendor untuk pembuatan <i>backdrop</i> 6. Pihak vendor untuk penyewaan alat transportasi 7. Pihak vendor penyewaan panggung dan tenda 8. Pihak vendor bagian <i>merchandise</i> hadiah 9. Pihak pengisi acara : Dewi Rezer dan Umay 10. Pihak <i>catering</i> 11. Pihak <i>entertainment</i>

Kegiatan V	Rapat Panitia Ke-2
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembahasan lebih mendalam mengenai pelaksanaan acara 2. Pembahasan mengenai perkembangan dari

	<p>masing-masing seksi</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pembahasan mengenai <i>design</i> materi promosi, formulir pendaftaran serta publikasi 4. Menentukan pihak media yang akan diundang
Waktu	April minggu ke-3 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
PIC	Ketua panitia
Keterangan	<p>Laporan dari masing-masing tim mengenai tugasnya masing-masing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan dari tempat lokasi acara 2. Vendor desain pembuatan kaos 3. Vendor <i>Merchandise</i> 4. Vendor pembuatan spanduk, <i>poster</i> dan <i>flyer</i> 5. Vendor pembuatan <i>backdrop</i> 6. Vendor penyewaan alat transportasi 7. Vendor pengisi acara 8. Pihak vendor penyewaan panggung dan tenda 9. Pihak <i>catering</i> 10. Pihak dekorasi panggung dan <i>entertainment</i> <p>Pada pertemuan ini diharapkan para pengisi sudah memberikan kesediaannya untuk mengisi acara serta para vendor <i>merchandise</i>, spanduk, kaos dan lokasi acara sudah memberikan penawaran harga.</p> <p>Pada pertemuan ini juga dibahas mengenai desain dari spanduk, <i>flyer</i>, poster kaos panitia dan peserta yang akan digunakan di acara tersebut.</p>

Kegiatan VI	Masing-Masing Seksi Melakukan Pemesanan
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agar masing-masing seksi mengetahui secara langsung sesuai dengan kebutuhannya

	2. Mendata kebutuhan perlengkapan dalam menyusun <i>rundown</i> acara
Waktu	April minggu ke-3 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
PIC	Ketua Panitia
Keterangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seksi publikasi dan dokumentasi melakukan pemesanan materi promosi dan publikasi 2. Seksi acara melakukan booking tempat lokasi 3. Seksi konsumsi melakukan pemesanan makanan

Kegiatan VII	Rapat Panitia Ke-3
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyampaikan <i>progress report</i> 2. Mensosialisasikan dan memastikan <i>job description</i> masing-masing seksi 3. Membuat susunan <i>rundown</i> acara 4. Finalisasi anggaran dari keseluruhan acara
Waktu	April minggu ke-4 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
PIC	Ketua Panitia
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
Keterangan	Total panitia: 20 orang

Kegiatan VIII	Melakukan Promosi Ke Sekolah-Sekolah, Serta Pembukaan Pendaftaran
Tujuan	mempromosikan dan menginformasikan acara " <i>Holiday With Pingu</i> "
Waktu	Mei minggu ke-1 2012

Khalayak Sasaran	Anak-anak dan masyarakat Bintaro
PIC	Seksi Publikasi dan Seksi Acara
Keterangan	<p><i>Flyer</i> dan poster akan dibagikan ke sekolah yang telah ditentukan yaitu : Sekolah TK-SD Pembangunan Jaya, TK-SD Penabur, SD Global Jaya, TK shining Star, TK-SD mentari, TK-SD Auliya.</p> <p>Pendaftaran untuk mengikuti program “<i>Holiday With Pingu</i>” sudah mulai dibuka.</p> <p>Pemberian surat pemberitahuan kepada orang tua anak di <i>Pingu’s English</i>.</p>

Kegiatan IX	Melakukan Pembayaran Uang Muka Kepada Masing-Masing Vendor
Tujuan	Mendapatkan kepastian secara tertulis untuk mendukung pelaksanaan kegiatan tersebut dengan membayar uang muka (besarnya tergantung dari surat penawaran masing-masing vendor)
Waktu	Mei minggu ke-2 2012
Khalayak Sasaran	Para vendor
PIC	Ketua Panitia dibantu oleh Bendahara
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu’s English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
Keterangan	Pembayaran uang muka bisa melalui tunai atau transfer via Bank (tergantung dari penawaran masing-masing vendor)

Kegiatan X	Kontak Media
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginformasikan kepada pers sesuai dengan data yang akan diundang tentang event yang akan diselenggarakan 2. Mendapat publisitas dari liputan media

	3. Untuk membina hubungan media yang efisien
Waktu	Mei minggu ke-2 2012
Khalayak Sasaran	Media cetak
PIC	Ketua Panitia
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
Keterangan	Kontak media dilakukan melalui telepon dan email. Pihak media yang diundang adalah sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Majalah Kicau Bintaro 2. Majalah Bobo 3. Majalah Ibu & Anak 4. Tabloid Genie 5. Tabloid Nakita 6. Majalah Ayahbunda

Kegiatan XI	<i>Follow-Up Setiap Vendor</i>
Tujuan	Untuk mengetahui perkembangan dan memastikan kesiapan masing-masing vendor
Waktu	Mei minggu ke-3
Khalayak Sasaran	Semua vendor yang telah terpilih
PIC	Ketua Panitia
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.

Kegiatan XII	Rapat Akhir Panitia
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meminta laporan kesiapan masing-masing seksi 2. Memastikan kembali job description masing-masing seksi 3. Mengecek daftar kebutuhan perlengkapan di hari H 4. Mempersiapkan Gladi resik

	5. Untuk memastikan kelengkapan bahwa semua panitia sudah mendapatkan seragam.
Waktu	Mei Minggu ke-4 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
PIC	Ketua Panitia
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.
Keterangan	Total panita 20 orang Pendaftaran peserta sudah ditutup untuk memastikan secara pasti berapa jumlah peserta yang ikut.

Kegiatan XIII	Gladi Resik Event
Tujuan	Untuk simulasi acara sesuai dengan rundown yang dibuat agar terselenggara dengan baik dan berjalan lancar
Waktu	Kamis, 7 Juni 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana, vendor yang terlibat
PIC	Ketua Panitia
Lokasi	1. Sarpino's Pizza, ITC Malibu, Ruko Malibu Blok A no.11 BSD 2. Museum Layang-layang Indonesia, Jalan Haji Kamang No.38 Pondok Labu Jakarta Selatan
Keterangan	Total Panitia : 20 orang Pihak Vendor

3.5.2 EVENT

Kegiatan I	Program “<i>Holiday with Pingu Fun Pizza Making</i>”
Bentuk kegiatan	<p><i>Special event</i> yang rincian acaranya adalah :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Fun Pizza Making</i> 2. <i>Magic Show</i> 3. Kegiatan lomba mewarnai 4. <i>Games</i> 5. Makan Pizza bersama 6. Pengumuman Juara 1, 2 dan 3 Lomba mewarnai dan pengumuman <i>doorprize</i>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk menciptakan kekerabatan yang erat antara anak dan orang tua sehingga terbentuk kasih sayang yang lebih erat 2. Mengajarkan anak untuk lebih mandiri 3. Memberikan informasi bahwa belajar bukanlah hal yang membosankan melainkan suatu hal yang menyenangkan dan menghibur. 4. Untuk membentuk <i>brand awareness</i> bagi <i>Pingu’s English</i>
Hari dan Tanggal	Rabu 13 Juni 2012
Waktu	09.00-13.00 WIB
Tempat	Sarpino’s Pizza, ITC Malibu, Ruko Malibu Blok A no.11 BSD
Khalayak Sasaran	Anak-anak dan orang tua
Pengisi acara	Dewi Rezer dan Umay sebagai pembawa acara Mr.Rizky sebagai pesulap
Penanggung Jawab	Panitia pelaksana

Kegiatan II	Program “<i>Holiday with Pingu Kite Museum</i>”
Bentuk kegiatan	<p><i>Special event</i> yang bentuk kegiatannya adalah <i>outbond</i> yang memiliki rincian acara sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melihat isi dari museum layang-layang yang dipandu oleh <i>tour guide</i> dari pihak museum. 2. Membuat layang-layang bersama 3. <i>Visual learning</i>, menonton video yang menjelaskan mengenai layang-layang, sejarahnya, cara bermainnya dan lain-lain. 4. <i>Games</i> 5. Makan siang bersama 6. Hiburan
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk menciptakan kekerabatan yang erat antara anak dan orang tua sehingga terbentuk kasih sayang yang lebih erat 2. Mengajarkan anak untuk lebih mandiri 3. Memberikan informasi bahwa belajar bukanlah hal yang membosankan melainkan suatu hal yang menyenangkan dan menghibur. 4. Untuk membentuk <i>brand awareness</i> bagi <i>Pingu’s English</i>
Hari dan Tanggal	Kamis, 14 Juni 2012
Waktu	09.00-13.00 WIB
Tempat	Museum Layang-layang Indonesia Jalan Haji Kamang No.38 Pondok Labu Jakarta Selatan
Khalayak Sasaran	Anak-anak dan orang tua
Pengisi Acara	Dewi Rezer dan Umay
Penanggung Jawab	Panitia Pelaksana

3.5.3 POST-EVENT

Kegiatan I	<i>Neutralizing Area</i>
Tujuan	Untuk membereskan dan membersihkan lokasi acara diselenggarakan.
Waktu	Juni minggu ke-2 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
Penanggung Jawab	Ketua Panitia
Keterangan	Membereskan dan membongkar panggung, partisi, dan <i>sound system</i> setelah acara berlangsung; Membereskan Materi, serta perlengkapan dekorasi lainnya.

Kegiatan II	Pelunasan Pembayaran
Tujuan	Untuk membayarkan sisa pembayaran setelah acara selesai diselenggarakan
Waktu	Juni minggu ke-2 2012
Penanggung Jawab	Ketua Panitia dan Bendahara
Keterangan	Metode evaluasi dengan cara melakukan pengecekan jumlah uang yang diterima dan pengecekan kuitansi pelunasan

Kegiatan III	Pembuatan <i>News Realease</i>
Tujuan	Memberikan informasi kepada rekan-rekan media yang tidak dapat menghadiri kegiatan
Waktu	Juni minggu ke-3 2012
Khalayak Sasaran	Rekan-rekan media
Penanggung Jawab	Bagian Publikasi
Keterangan	<i>News release</i> dikirimkan melalui email dan mesin fax, selain itu news release juga ditampilkan di website <i>Pingu's English Bintaro</i>

Kegiatan IV	Membuat Dan Mengirimkan Ucapan Terima Kasih
Tujuan	Membina hubungan baik dengan sasaran dari program ini
Waktu	Juni minggu ke-3 2012
Khalayak Sasaran	Rekan-rekan media
Penanggung Jawab	Bagian Publikasi
Keterangan	Ucapan dikirimkan melalui email serta ditampilkan di <i>website Pingu's English Bintaro</i>

Kegiatan V	Media Monitoring dan Media Clipping
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengumpulkan berita-berita yang telah diliput oleh media 2. Untuk mengetahui respon publik dan pencapaian kegiatan publikasi
Waktu	Juni minggu ke-4 2012
Khalayak Sasaran	Rekan-rekan media
Penanggung Jawab	Bagian Publikasi
Keterangan	Berita di media cetak dibuat dalam bentuk klipping serta diberikan catatan khusus untuk diberikan ke bagian manajemen sebagai bahan evaluasi

Kegiatan VI	Rapat Evaluasi Program
Tujuan	Melakukan evaluasi berdasarkan informasi yang diperoleh, pengamatan secara langsung di lapangan dan instrumen lainnya
Waktu	Juni minggu ke-4 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
Penanggung Jawab	Ketua Panitia
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.

Kegiatan VII	Mengidentifikasi Permasalahan dan Penyusunan Laporan Pertanggung Jawaban
Tujuan	1. Melaporkan hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan dan untuk mengukur sampai sejauh mana tingkat keberhasilan program 2. Sebagai bahan penyempurnaan program selanjutnya
Waktu	Juni minggu ke-4 2012
Khalayak Sasaran	Panitia Pelaksana
Penanggung Jawab	Ketua Panitia
Lokasi	Ruang rapat <i>Blue Room Pingu's English</i> . Jalan Bintaro Utama sektor 9, Tangerang.

3.5.4 Run Down

“Holiday With Pingu”

Hari Rabu 13 Juni 2012

Lokasi : Sarpino’s Pizza, ITC Malibu, Ruko Malibu Blok A no.11 BSD

Pukul	Kegiatan	Keterangan
07.30-08.30	Berkumpul di lokasi yaitu <i>Pingu’s English</i> Bintaro, peserta di data untuk diberikan tanda peserta dan diarahkan masuk ke dalam bis yang telah disiapkan.	Seksi Acara Seksi Transportasi Seksi Keamanan
08.30-09.00	Perjalanan menuju lokasi yang telah ditentukan. Didalam bis, salah satu guru akan memandu dan mengajak peserta untuk bernyanyi bersama dan mengajak menonton dokumentasi kegiatan yang telah dilaksanakan di <i>Pingu’s English</i> .	Lokasi: Sarpino’s Pizza BSD
09.00-09.15	<p>Peserta disambut oleh pihak Sarpino’s Pizza dan segera diarahkan untuk masuk ke dalam restoran, anak-anak maupun orangtua dipersilahkan duduk di kursi yang telah disediakan dan disambut oleh pengisi acara yaitu Dewi Rezer dan Umay. Pengisi akan menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan hari ini yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. <i>Fun Pizza Making</i> 8. <i>Magic Show</i> 9. Kegiatan lomba mewarnai 10. <i>Games</i> 11. Makan Pizza bersama 12. Pengumuman Juara 1, 2 dan 3 Lomba mewarnai disertai dengan pengumuman <i>doorprize</i>. 	Seksi Acara Seksi Keamanan

09.15-09.30	Pembawa acara akan mengajak beberapa anak untuk naik ke atas panggung dan diajak untuk bernyanyi, lagu yang akan dinyanyikan adalah " <i>Happy Song</i> " anak-anak yang lain pun akan diajak untuk bernyanyi bersama dengan orang tuanya.	Seksi Acara
09.30-09.45	Anak-anak dan orang tua akan diajak masuk kedalam ruangan pembuatan pizza yang berada di lantai dua dan diatur posisi duduknya oleh panitia.	Seksi Acara
09.45-10.45	Pembawa acara akan memanggil sang koki dan memperkenalkannya kepada anak-anak dan orang tua, setelah itu Koki akan mengajarkan anak-anak bagaimana cara membuat pizza mulai dari pembuatan rotinya, pembuatan topping pizzanya sampai dengan proses memasukkan pizza ke dalam oven. Waktu yang diperlukan agar pizza matang sekitar 1 jam, oleh sebab itu para peserta diajak untuk turun kembali ke lantai satu dan mengikuti kegiatan games.	Seksi Acara
10.45-11.15	Pembawa acara akan berinteraksi dengan anak-anak sejenak, dan kemudian memanggil Mr. Rizky salah satu guru dari <i>Pingu's English</i> untuk naik ke atas panggung, Mr. Rizky akan melakukan 3 atraksi sulap yang akan menarik perhatian anak-anak antara lain : <ul style="list-style-type: none"> 13. Membengkokkan sendok 14. Menyalakan sebuah lampu tanpa listrik 	Seksi Acara Seksi Perlengkapan

	<p>15. Bermain dengan buku kosong yang tiba-tiba ada gambarnya.</p> <p>Dalam kegiatan sulap ini beberapa anak akan diajak berpartisipasi untuk naik ke atas panggung dan mencobanya sendiri.</p>	
11.15-11.45	<p>Lanjut ke acara selanjutnya yaitu lomba mewarnai, pembawa acara akan mengarahkan anak-anak untuk mengeluarkan perlengkapan mewarnainya dan panitia akan segera membagikan kertas mewarnai disertai dengan gambar yang telah disediakan oleh panitia. Lamanya perlombaan adalah 30 menit. Setelah itu gambar akan dikumpulkan kembali oleh panitia dan dinilai oleh juri yang telah ditentukan.</p>	<p>Seksi Acara Seksi Perlengkapan</p> <p>Juri dari perlombaan adalah Ibu Selvi CEO dari Pingu's English Bintaro.</p>
11.45-12.00	<p>GAME</p> <p>Jenis permainan : Tebak kata, permainan berupa Tanya jawab. Pertanyaan dapat berupa sebuah benda, karakter kartun, buah dan sebagainya. Pembawa acara akan mendeskripsikannya dan kemudian peserta harus mencoba untuk menebak benda yang dimaksud. Bentuk pendeskripsiannya sebagai berikut:</p> <p><i>"I'm thinking of an animal, that lives in the savannah. It has four legs, a long neck, likes to eat leafs on a tree and has spots all over it's body"</i></p> <p>Dijawab : <i>"Giraffe!"</i></p>	<p>Seksi Acara Seksi Perlengkapan</p>
12.00-12.30	<p>Makan siang bersama, makanan berupa pizza yang telah dibuat bersama-sama</p>	<p>Seksi Acara Seksi Perlengkapan</p>

	sebelumnya.	Seksi Konsumsi
12.30-13.00	Pengumuman Juara lomba mewarnai dan <i>Doorprize</i> . Kemudian acara ditutup oleh pembawa acara.	<i>Doorprize</i> berupa <i>figurines</i> Pingu dan <i>voucher</i> dari Lotte Mart
13.00-13.15	Foto bersama, seluruh peserta beserta panitia dan pihak Sarpino's Pizza diajak untuk berfoto bersama-sama.	Seksi Acara Seksi Dokumentasi
13.15-13.30	Peserta diajak untuk kembali ke dalam bis dan kembali ke <i>Pingu's English</i> .	Seksi Acara Seksi Transportasi Seksi Keamanan
13.30-14.00	Perjalanan menuju <i>Pingu's English</i> .	

Hari Kamis 14 Juni 2012

Lokasi : Museum Layang-layang Indonesia

Jalan Haji Kamang No.38 Pondok Labu Jakarta Selatan

Pukul	Kegiatan	Keterangan
07.30-08.30	Berkumpul di lokasi yaitu <i>Pingu's English</i> Bintaro, peserta di data untuk diberikan tanda peserta dan diarahkan masuk ke dalam bis yang telah disiapkan.	Seksi Acara Seksi Transportasi Seksi Keamanan
08.30-09.15	Perjalanan menuju lokasi yang telah ditentukan. Selama perjalanan pembawa acara akan memandu peserta untuk berpartisipasi dalam menjawab pertanyaan yang diajukan. Bagi yang berhasil menjawab akan mendapatkan <i>voucher</i> diskon 20% untuk pendaftaran mengikuti les di <i>Pingu's English</i> .	
09.00-09.15	Peserta disambut oleh pihak museum layang-layang Indonesia dan segera diarahkan untuk masuki area museum	Seksi Acara Seksi Keamanan

	<p>anak-anak maupun orangtua dipersilahkan duduk di kursi yang telah disediakan dan disambut oleh pengisi acara yaitu Dewi Rezer dan Umay. Pengisi akan menjelaskan kegiatan yang akan dilakukan hari ini sampai dengan selesai yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masuk ke dalam museum layang-layang yang dipandu oleh <i>tour guide</i> dari pihak museum. 2. Membuat layang-layang bersama, sebelum membuat layang-layang anak-anak diajak untuk menyanyikan lagu layang-layang. 3. <i>Visual learning</i>, menonton video yang menjelaskan mengenai layang-layang, sejarahnya, cara bermainnya dan lain-lain. 4. <i>Games</i> 5. Makan siang bersama diiringi dengan hiburan 6. Foto Bersama 	
09.15-09.45	Mengajak anak-anak untuk memasuki museum layang-layang yang dipandu oleh <i>tour guide</i> .	Seksi Acara
09.45-10.45	Mengajak anak-anak untuk membuat layang-layang. Sambil mengerjakan, pembawa acara akan mengajak anak-anak untuk menyanyikan lagu layang-layang bersama-sama.	Seksi Acara Seksi perlengkapan
10.45-11.15	Anak-anak diajak untuk menonton <i>Video Visual Learning</i> mengenai layang-layang.	Seksi Acara Seksi perlengkapan

	<i>Feature</i> yang berisi mengenai sejarah layang-layang dan menampilkan berbagai macam bentuk layang-layang.	
11.15-11.45	<i>Games</i> Permainan interaktif, band memainkan musik, bisa berbagai jenis musik. MC menantang peserta yang mau tampil ke depan panggung, yang paling 'heboh' menang.	Seksi Acara Seksi perlengkapan
11.45-12.45	Makan siang bersama, diiringi dengan hiburan music yang dibawakan oleh penyanyi cilik Umay.	Seksi Acara Seksi perlengkapan Seksi Konsumsi
12.45-13.00	Foto Bersama	
13.00-13.15	Peserta diajak untuk masuk kembali ke dalam bis dan bersiap-siap pulang.	Seksi Acara Seksi Transportasi Seksi Keamanan

3.5.5 Time table Kegiatan

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Pra Event																
1	Rapat perencanaan																
2	Rapat panitia																
3	Pembuatan proposal kegiatan																
4	Menghubungi pihak vendor terkait																
5	Rapat panitia 2																
6	Seksi melakukan pemesanan																
7	Rapat panita 3																
8	Promosi dan pendaftaran																
9	Pembayaran uang muka																
10	Kontak media																
11	<i>Follow-up</i> vendor																
12	Rapat akhir panitia																
13	Gladi resik																

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Event																
14	Kegiatan “ <i>Fun Making Pizza</i> ”																
15	Kegiatan Museum Layang-layang																

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Pasca Event																
16	<i>Neutralizing area</i>																
17	Pelunasan pembayaran																
18	Pembuatan <i>news realease</i>																
	Mengirimkan ucapan terima kasih																
19	<i>Media Monitoring & Media Clipping</i>																
20	Rapat evaluasi																
21	Laporan pertanggung jawaban																

3.6 Anggaran Program

Target peserta yang diperkirakan akan ikut program “*Holiday With Pingu*” sebanyak 100 orang

Uraian	Banyak	Harga Satuan	Jumlah
SEKRETARIATAN			
Proposal kegiatan	2	15.000	30.000
Proposal laporan evaluasi kegiatan	2	15.000	30.000
ATK	50	2000	100.000
Fotokopi surat pemberitahuan	183	200	
PUBLIKASI			
Spanduk	1	150.000	150.000
Poster	6	25.000	125.000
Flyer	200	2000	400.000
KONSUMSI			
Rapat panitia			
<i>Snack</i> (risol, kue lupis dan tahu goreng)	20	7.500	150.000
Makan siang	20	15.000	300.000
Rapat perencanaan			
<i>Snack</i>	20	7.500	150.000
Rapat pembuatan proposal			
<i>Snack</i>	5	7.500	37.500
Rapat panitia 2			
<i>Snack</i>	20	7.500	150.000
Rapat panitia 3			
<i>Snack</i>	20	7.500	150.000
Rapat panitia akhir			
<i>Snack</i>	20	7.500	150.000
Makan siang peserta dan panitia Mc Donald (paket nasi ayam)	120	28.500	
<i>Snack</i> untuk peserta (risol, kue lupis dan tahu goreng)	75	10.000	750.000
Konsumsi untuk supir bis	3	28.500	
<i>Cleaning fee</i> acara	100	2.000	200.000
KOMUNIKASI			
Biaya pulsa tim	-	200.000	200.000
TRANSPORTASI			
Biaya survey	3	100.000	300.000
Bis	3	5.000.000	15.000.000
Toll fee	3	50.000	150.000
Biaya parkir bis di Museum	3	15.000	45.000
Biaya parkir bis di Sarpino's	3	15.000	45.000
PERLENGKAPAN			
Backdrop panggung	2	350.000	700.000

Dekorasi panggung (tanaman,Hiasan)	2	300.000	600.000
Sound sistem dan alat band	1	5.000.000	5.000.000
Name tag peserta	100	5.000	500.000
Name tag panitia	30	5.000	150.000
T-shirts peserta	100	60.000	6.000.000
T-shirts panitia	30	60.000	1.800.000
Perlengkapan <i>games</i> - Alat sulap	1 set	150.000	150.000
ACARA			
Sewa tempat di museum	1	5.000.000	5.000.000
Sewa tempat di Sarpino's	1	5.000.000	5.000.000
Sewa panggung	2	1.000.000	2.000.000
Sewa tenda 20 x 20	1	6.000.000	6.000.000
MC	2	2 hari x @10.000.000	40.000.000
Band	1	2 hari x @7.500.000	15.000.000
Hadiah <i>Doorprize</i> <i>Voucher</i> Lotte Mart	5	100.000	500.000
<i>Figurines</i> Pingu	2 paket	100.000	200.000
Hadiah Games Tumblr	5	50.000	250.000
Tempat pensil	10	15.000	150.000
Boneka Pingu	5	70.000	350.000
Piala Juara 1, 2 dan 3	1 paket	250.000	250.000
DOKUMENTASI			
Baterai Alkaline AA	8	7.500	
Video Shooting	1	2.000.000	2.000.000
KEAMANAN, KESEHATAN			
<i>First Aid Kit</i>	4	120.000	480.000
<i>Tips Security</i>	5	20.000	100.000
ESTIMASI TOTAL BIAYA			106.032.500

*Semua harga dalam Rupiah (Rp.)

Terbilang : Seratus enam juta tiga puluh dua ribu lima ratus rupiah



BAB IV

EKSEKUSI/IMPLEMENTASI PROGRAM

Rancangan materi komunikasi kegiatan “*Holiday With Pingu*” dibuat secara tertulis melalui materi-materi publikasi pada setiap kegiatannya. Materi-materi cetak untuk kegiatan ini meliputi:

1. *Poster*

Poster akan dicetak secara digital dengan ukuran A3 sebanyak 6 (enam) lembar untuk ditempel di lokasi sekolah-sekolah yang sudah ditentukan. Didominasi warna biru muda sesuai dengan warna logo *Pingu’s English*.

2. *Spanduk*

Spanduk akan dibuat dengan ukuran 60m x 4m dan akan dipasang di depan tempat kursus *Pingu’s English* Bintaro sebanyak 1 buah. Didominasi warna biru muda sesuai dengan warna logo *Pingu’s English*.

3. *Flyer*

Flyer akan dibuat dengan ukuran 20cm x 20 cm sebanyak 200 lembar.

4. *Name tag* Panitia

Tanda pengenal panitia akan dicetak sebanyak 30 buah secara digital dengan ukuran 14cm x 10cm.

5. *Name tag* peserta

Tanda pengenal peserta akan dicetak sebanyak 100 buah secara digital dan akan dibuat dengan ukuran 10cm x 15cm.

7. *T-shirt* Panitia

T-shirt panitia akan dibuat sebanyak 30 buah dan didominasi warna biru tua untuk membedakan dengan *t-shirt* peserta.

9. *T-shirt* Peserta

T-shirt peserta akan dibuat sebanyak 100 buah dan didominasi warna biru muda sesuai dengan warna logo *Pingu’s English*.

10. *Back drop* panggung

Back drop panggung akan dicetak secara digital masing-masing 2 buah *back drop* dengan ukuran 6m x 5m. Didominasi warna biru muda sesuai dengan warna logo *Pingu’s English*.

11. Hadiah *Doorprize*
12. Hadiah *Games*
13. Hadiah pemenang Juara I, II dan III
14. *Layout design* panggung
15. Denah ruangan

Gambar 4.1 Logo *Pingu's English Bintaro*



Gambar 4.2 Poster



Gambar 4.3 Spanduk



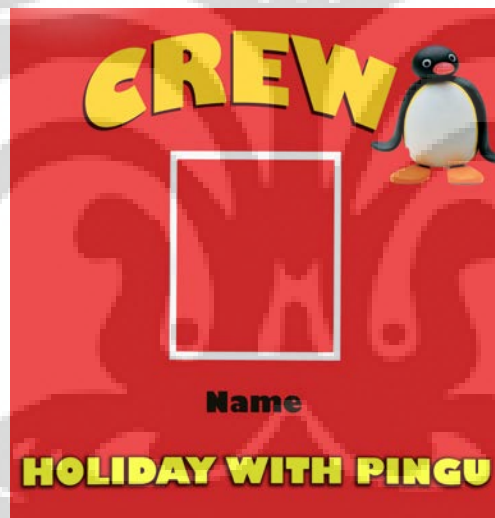
Gambar 4.4 flyer



Gambar 4.5 *Nametag Peserta*



Gambar 4.6 *Nametag Panitia*



Gambar 4.7 Seragam Panitia



Gambar 4.8 Seragam anak-anak dan Orangtua



Gambar 4.9 Back drop Panggung



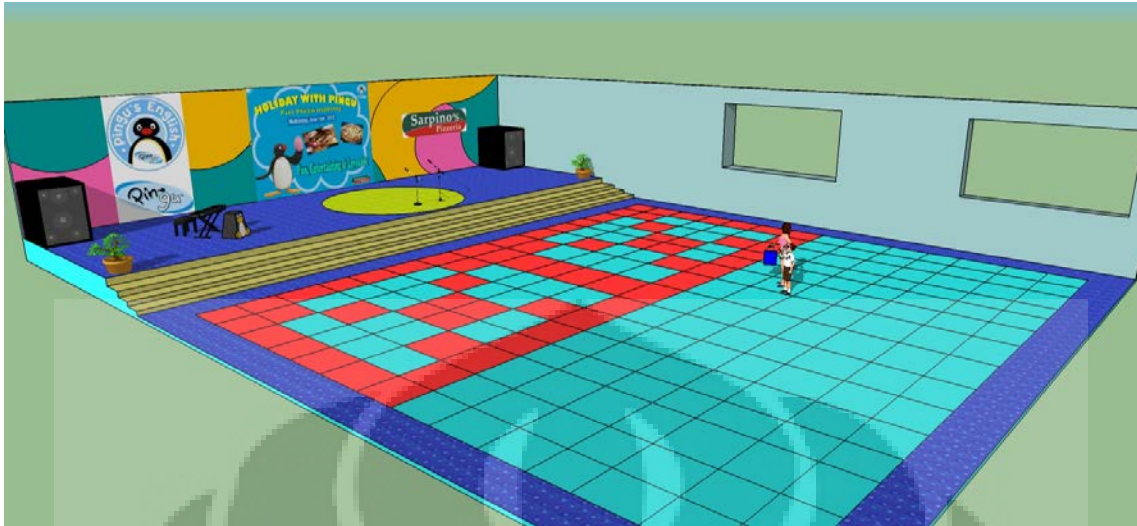
Gambar 4.10 Layout Panggung Sarpino's Pizza



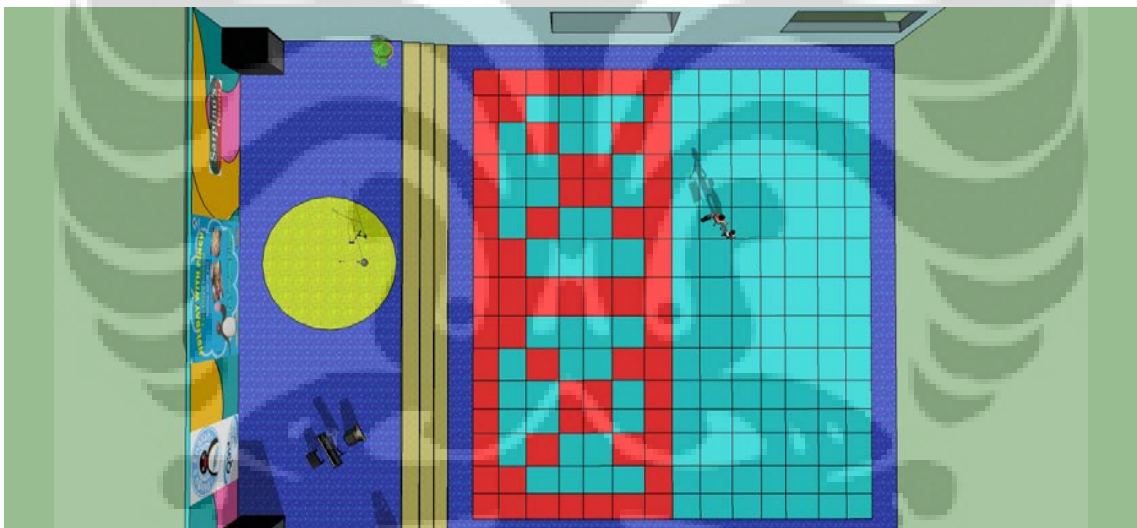
Gambar 4.11 Layout Panggung Museum Layang-layang



Gambar 4.12 Denah Ruangan Sarpino's Pizza



Tampak Depan



Tampak Atas

Gambar 4.13 Denah Ruangan Dapur Sarpino's Pizza



Tampak Depan



Tampak Atas

Gambar 4.14 Denah Museum Layang-Layang Indonesia



Tampak Depan



Tampak Atas

Gambar 4.15 Hadiah Doorprize



Gambar 4.16 Hadiah Juara 1, 2 dan 3



Gambar 4.17 Hadiah Games



Tumbler



Tempat Pensil



BAB V
KERANGKA EVALUASI *OUTCOME*

Evaluasi Outcome digunakan untuk mengukur dampak atau perubahan setelah pelaksanaan program. Evaluasi ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat keberhasilan pelaksanaan program dalam jangka panjang dan dilakukan tiga bulan setelah kegiatan. Keberhasilan “*Holiday with Pingu*” dapat diukur melalui:

5.1 Evaluasi *Income*

Kegiatan	Evaluasi Tahap Persiapan Program
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengevaluasi kerja panitia 2. Menjadikan hasil evaluasi kerja panitia sebagai acuan pedoman kerja pada rancangan program selanjutnya
Tolok Ukur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap seksi panitia dapat bekerja sama satu sama lain 2. Setiap seksi panitia melaksanakan tugasnya masing-masing secara baik dan benar 3. Setiap seksi panitia dapat menyelesaikan tugasnya masing-masing sesuai waktu yang ditentukan 4. Pengeluaran setiap seksi tidak melebihi anggaran yang ditentukan 5. Setiap rapat koordinasi dapat berjalan sesuai dengan agenda yang telah ditetapkan
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observasi langsung 2. Laporan kerja dari setiap seksi panitia 3. Daftar hadir rapat 4. Laporan notulen rapat

5.2 Evaluasi *Outcome*

Kegiatan	Evaluasi Tahap Pelaksanaan Program
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menilai efektivitas program dalam upaya meraih tujuan program yang telah ditentukan. 2. Hasil evaluasi pelaksanaan dapat dijadikan bahan acuan pelaksanaan program <i>special event</i> selanjutnya
Tolok ukur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaksanaan program tepat waktu, dimulai sesuai jadwal yang ditentukan 2. Target peserta kegiatan mencapai 70% 3. Antusiasme dari peserta yang dapat dilihat dari banyaknya peserta dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan acara 4. Seluruh rangkaian susunan acara dapat berjalan sesuai jadwal
Instrumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observasi langsung membagikan kuesioner 2. Registrasi peserta untuk berpartisipasi dalam kegiatan 3. <i>Rundown</i> acara

Tahap evaluasi ini dilakukan pada saat program dilaksanakan, seperti berjalannya *special event*, publikasi media setelah acara tersebut dilaksanakan dan program lain-lainnya dengan tujuan untuk mengetahui keberhasilan program yang dijalankan apakah mendapat respon yang baik dari masyarakat, sehingga tercipta *brand awareness*. Kegiatan survey dilaksanakan pada saat setelah program acara selesai dilaksanakan dengan menggunakan lembar kuesioner yang secara umum menggali informasi dari khalayak sasaran, apakah mereka merasa memiliki respon yang positif mengenai acara yang telah dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, D. A. (2005). *Tips & Trick Public Relations*. Jakarta: PT Grasindo.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gobe`, Marc. (2001). *Emotional Branding Paradigma Baru Untuk Menghubungkan Merek Dengan Pelanggan*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Gregory, Anne. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, R. W. (2006). *Management 7th Edition*. Boston, Massachusetts: Houghton Mifflin Company.
- Iriantara, Yosol. (2004). *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jusup Sutiono, Rudy. (2009). *Visual Merchandising Attraction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald. (1997). *Sembilan Fenomena Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Macnamara, Jim. (1996). *Public Relations Handbook For Manager Excecutive*. Australia: Prentice Hall.
- Pudjiastuti, Wahyuni. (2010). *Special Event Alternatif Jitu Membedik Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power Of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rumanti, Maria Assumpta. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo.

Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Suyanto. (2007). *Strategic Management Global Most Admired Company*. Yogyakarta: Andi Offset.



LAMPIRAN I

Pertanyaan Wawancara Pra-Event

Nama :

Umur :

Alamat :

Pekerjaan :

No Telp/HP :

1. Tempat kursus anak-anak yang paling anda ingat?
2. Selain tempat kursus yang anda sebutkan diatas, tempat kursus apa lagi yang anda ingat?
3. Saat ini anak anda mengikuti tempat kursus yang mana?
4. Untuk masa mendatang, apakah anda ingin pindah ke tempat kursus yang lain?
 - a. Ya, sebutkan nama tempat kursusnya.....
 - b. Tidak
5. Apakah anda pernah mendengar mengenai English First?
 - a. Ya, dan saya mencantumkan dalam jawaban di atas
 - b. Ya, tetapi saya lupa mencantumkan dalam jawaban di atas
 - c. Tidak
6. Apakah anda pernah mendengar mengenai Pingu's English?
 - a. Ya, dan saya mencantumkan dalam jawaban di atas
 - b. Ya, tetapi saya lupa mencantumkan dalam jawaban di atas
 - c. Tidak
7. Apakah anda pernah mendengar mengenai Kids Centre?
 - a. Ya, dan saya mencantumkan dalam jawaban di atas
 - b. Ya, tetapi saya lupa mencantumkan dalam jawaban di atas
 - c. Tidak

LAMPIRAN II
Surat Pemberitahuan Orang Tua

Dear Parents,

Dalam rangka mengisi liburan anak, Pingu's English Bintaro mengadakan Holiday Program yang akan dilaksanakan selama dua hari yaitu:

Rabu, 13 Juni 2012 : Fun Making Pizza

- Membuat Pizza (Personel Pizza)
- Lomba mewarnai
- Doorprize dan games

Kamis, 14 Juni 2012 : Museum Layang-layang Indonesia

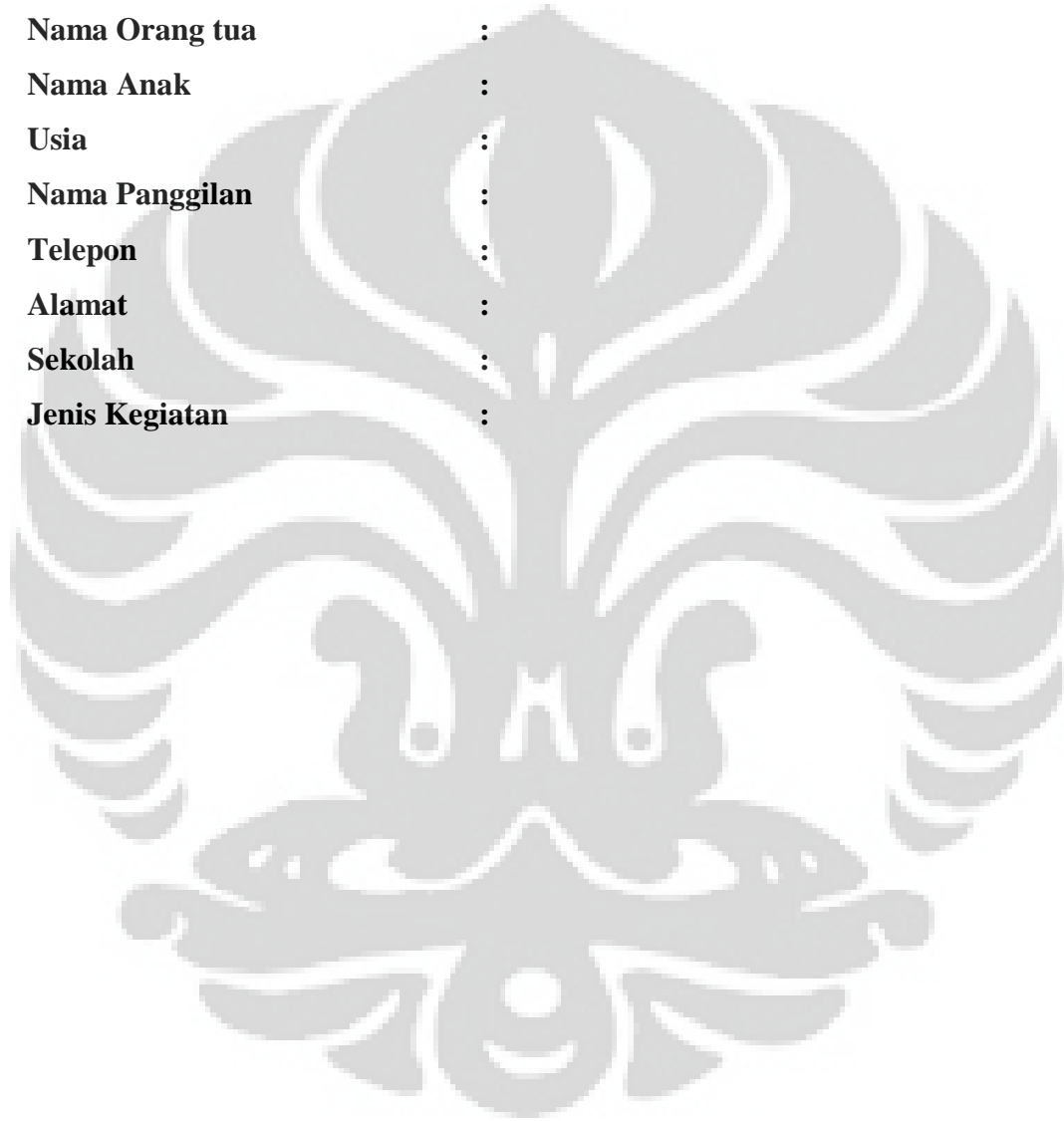
- Touring ke dalam Museum
- Membuat layang-layang
- Visual Learning
- Games

Paket	Kegiatan	Harga
Paket A	- Pizza making	With parents (Rp. 360.000)
	- Museum layang-layang	Child only (Rp.300.000)
Paket B	- Pizza making	With parents (Rp. 250.000)
		Child only (Rp.150.000)
Paket C	- Museum layang-layang	With parents (Rp. 250.000)
		Child only (Rp.150.000)

LAMPIRAN II
Formulir Pendaftaran “Holiday With Pingu”

FORMULIR PENDAFTARAN

Nama Orang tua :
Nama Anak :
Usia :
Nama Panggilan :
Telepon :
Alamat :
Sekolah :
Jenis Kegiatan :



LAMPIRAN III
Pertanyaan Wawancara Pasca-Event

Pingu's English Course Bintaro

Holiday With Pingu 2012

Nama :

1. Apa yang anda sukai dari acara Holiday With Pingu 2012 kali ini?
2. Apa yang anda kurang sukai dari acara Holiday With Pingu 2012 ini?
3. Apa yang anda rasakan setelah kegiatan ini dilaksanakan?
4. Apakah anda merasa puas dengan acara Holiday With Pingu?
5. Apakah kegiatan ini perlu sering-sering diadakan?
6. Apakah kegiatan ini diadakan tahun depan, apakah anda bersedia berpartisipasi lagi?
7. Berikan saran anda untuk kegiatan Pingu's English berikutnya?

LAMPIRAN IV

News Release

ACARA HOLIDAY WITH PINGU FUN PIZZA MAKING AND KITE MUSEUM

Kepada Yth,

1. Majalah Kicau Bintaro
2. Majalah Bobo
3. Majalah Ibu & Anak
4. Tabloid Genie
5. Tabloid Nakita
6. Majalah Ayahbunda

Pada hari Rabu dan Kamis tanggal 13 dan 14 Juni 2012 Pingu's English Bintaro mengadakan acara Holiday Program "Holiday With Pingu" yang dilangsungkan selama dua hari berturut-turut bertempat di dua lokasi yang berbeda yaitu di Sarpino's Pizza ITC BSD dan di Museum layang-layang-layang Indonesia. Acara ini terasa istimewa karena diisi dengan kegiatan yang sangat menarik untuk dirasakan anak-anak beserta orang tua.

Diawali dengan mengajak anak-anak untuk membuat pizza dengan kreasinya sendiri dan dilanjutkan dengan hari kedua yaitu berkunjung ke Museum layang-layang, dalam kegiatan ini anak-anak diajak untuk memasuki dan melihat ke dalam museum layang-layang, tidak hanya sampai disitu, mereka pun masing-masing membuat layang-layang sendiri, peserta juga dihibur dengan aksi sulap dan permainan yang tidak kalah seru. Anak-anak pun dihibur dengan artis kondang Dewi Rezer dan penyanyi cilik Umay.

Holiday With Pingu ini tentunya mengajak anak-anak merasakan keseruan dan kesenangan dalam mengisi liburan mereka. Liburan pun diisi dengan hal-hal baru yang tentunya menambah pengetahuan. Sesuai dengan tema holiday kali ini “FUN, ENTERTAINING AND LOVEABLE” menunjukkan bahwa kegiatan belajar itu tidaklah membosankan.

