

BAB I PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan *event organizer* di Indonesia sangat marak, hampir di setiap acara-acara yang berlangsung di tempat-tempat umum yang ramai, di kantor, bahkan kegiatan di sekolah-sekolah pun diselenggarakan oleh suatu tim *event organizer*. Ini merupakan suatu kegiatan usaha yang sedang diminati oleh banyak orang dengan tingkat persaingan yang cukup menjanjikan. Suatu *event organizer* pun dapat menjadi prospek usaha yang baik apabila dikelola secara profesional.

Di kota Bandung, khususnya hampir tiap pekan berlangsung acara-acara baik itu musik, *launching* suatu produk, maupun reuni sebuah sekolah atau komunitas. Di setiap acara yang diselenggarakan sudah pasti membutuhkan jasa *event organizer* untuk merencanakan, mengatur, dan melaksanakan hingga acara itu berjalan dengan lancar dan mencapai suatu kesuksesan. Perusahaan rela membayar mahal kepada pihak *event organizer* agar acara yang dilaksanakan sukses.

Event semakin populer seiring terjadinya pergeseran *trend* pemasaran ke arah *community marketing*, sehingga perusahaan membutuhkan *event* sebagai media interaksi langsung dengan komunitasnya. Dalam sebuah *event*, produk dapat dieksploitasi lebih detil dari kulit hingga ke bijinya dan dapat dirasakan langsung oleh konsumennya. Dengan kepiawaian orang-orang *event organizer*,

sebuah acara yang biasa-biasa saja, dapat diolah menjadi kegiatan yang menyenangkan dan menghibur. Kita dapat melihat *event-event* balap motor atau mobil yang dikemas Helmy Sungkar dengan megahnya, Log Zhelebour dengan *Festival Rock* nya yang spektakuler, dan banyak lagi. Dalam acara tersebut dapat dijumpai puluhan spanduk, umbul-umbul, dan segala macam bentuk promosi dari sebuah acara. Semua dilakukan oleh tangan-tangan kreatif *event organizer*, hingga produk dan merek yang mensponsorinya pun ikut naik. (Hafidz, 2007 : 4).

Akan tetapi, terkadang yang sering dilupakan oleh para pelaku *event organizer* ini adalah kurangnya mereka melakukan perencanaan, persiapan, dan komunikasi yang baik. Sedangkan keberhasilan dari sebuah kegiatan atau acara diukur dari hal tersebut. Suatu kegiatan tanpa ada konsep perencanaan akan sulit untuk mengatasi masalah yang dihadapi pada saat pelaksanaan kegiatan berlangsung.

Tidak jarang faktor tersebut sangat tidak diperhatikan oleh pihak penyelenggara. Tragedi yang terjadi di AACC (Asia Afrika Cultural Center) di Bandung empat tahun yang lalu adalah contoh kongkrit dan telah menjadi cambuk bagi para pelaku *Event Organizer* di Indonesia. Dalam peristiwa itu sebanyak 10 orang meninggal dunia akibat membludaknya massa yang sedang melihat *group band* Beside di dalam gedung AACC.¹

Kurangnya perencanaan dan persiapan yang matang membuat acara itu menjadi tidak terarah dan mengalami kekacauan, sehingga mengakibatkan tewasnya 10 orang. Dampak dari acara tersebut cukup besar, hampir beberapa

¹ <http://vitarlenology.blogspot.com>

bulan acara musik sangat minim di kota Bandung karena sulitnya perizinan dari pihak yang berwajib. Para pihak *event organizer* kemudian diberi peringatan oleh pihak yang berwajib jika ingin melaksanakan acara, maka harus terstrukturisasi secara rapih, baik dari perencanaannya sampai dengan pelaksanaannya.

Dalam merealisasikan atau menyelenggarakan suatu program kegiatan diperlukan suatu konsep atau perencanaan yang baik, yang meliputi pertanyaan-pertanyaan mendasar seperti: siapa khalayak sasaran yang dituju pada kegiatan yang berlangsung, apa program kegiatan yang akan dilaksanakan sesuai dengan sasaran khalayak, kapan dan di mana kegiatan acara tersebut akan berlangsung, kenapa kegiatan itu perlu dilaksanakan, sehingga khalayak merasa penting untuk datang melihat acara tersebut, dan terakhir yang tak kalah penting yaitu mengenai berapa jumlah total dana yang dibutuhkan dan juga jumlah pengunjung apakah sesuai dengan kapasitas agar kegiatan tersebut terlaksana dengan baik.

Di pertengahan bulan Maret tepatnya tanggal 18 Maret 2012 *Fast Forwards* kembali menyelenggarakan sebuah *event* konser dari Hollywood Nobody band *indie pop* yang mengusung jenis musik *bossanova* rilisan *Fast Forwards* sendiri yang sudah tidak asing di telinga anak muda kota Bandung. Acara yang dilaksanakan berkat kerjasama dari *Fast Forward* dengan IFI (dulu bernama CCF) ini mengusung tema *Brodway Hollywood Retro* tahun 60an diberi judul "*Midnight in Hollywood*".

Secara historis, *indie pop* merupakan varian atau subkultur dari punk yang mengalami transformasi dalam segi lirik dan musik. Muncul sejak akhir 70-an lewat para musisi *post-punk*; kemudian mengalami pembentukannya di pertengahan era 80, hingga merekah pada akhir 80-an dan awal 90-an. Sampai sekarang, *indie pop* telah banyak mengalami revolusi musikal yang beragam. Namun terlepas dari itu, substansi *indie pop* itu sendiri

sama dengan *punk*; ia adalah *punk* dengan jaket *pop* minimalis yang sangat manis; *indie pop kids* (baca: *indiekids*) adalah *punk* dengan sepatu keds dan pakaian sesukanya. Ia memiliki ideologi, filosofis dan pola pikir yang independen, *self-sustain* dan *self-indulgement*. Hal ini terlihat secara konkrit dari banyaknya label *pop* independen yang merilis *band*/musisi *indie pop* sepanjang awal 80-an sampai sekarang; maraknya publikasi *fanzine* seperti propaganda *punk* di pertengahan 70-an; acara radio/musik, dan sebagainya. Secara kultur, *indie pop* terkomunal dan termajinal seperti halnya *punk*. Para pelaku dan musisi *indie pop* membentuk berbagai komunitas yang tersebar secara geografis dan terangkai secara komunikatif lewat *fanzine* serta sederet lawatan antar kota, daerah, dan negara.²

Di Bandung sendiri, *event organizer* yang bergerak di jalur musik *indie* dapat dibilang sangat sedikit. *Fast Forward Event Division* yang berdiri pada tahun 2006 telah konsisten menggarap acara-acara musik *indie pop*. Oleh karena itu, setiap acara yang dibuat oleh *Fast Forward* selalu ditunggu oleh *audience*, khususnya komunitas *indie pop*. *Band* yang bermain di acara *Fast Forward* pun biasanya telah memiliki massa yang cukup banyak seperti Mocca dan Homogenic. *Event Fast Forward* telah menjadi wadah bagi *band indie pop* di dalam mengembangkan kreatifitasnya, hal ini sangat penting agar *band* yang bermain dapat terus berkarya di tengah minimnya acara musik di kota Bandung pasca tragedi Beside di AACC. Selain itu dapat menjadi sebuah *gathering* bagi komunitas *indie pop* yang ada di Bandung maupun di luar kota.³

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, diperlukan dan dipersiapkan oleh *event organizer* di dalam menyelenggarakan acara. *Planning, Organizing, Staffing, Leading, dan Controlling* yang dikemukakan oleh Harold Koontz dan Heinz Weihrich (Silalahi, 2002: 44) mempunyai kaitan yang sangat dalam dengan persiapan sebuah *event organizer* ketika menyelenggarakan sebuah kegiatan atau

² <http://musikrockisnotdead.net>

³ Hasil wawancara dengan Helmy Yusuf, selaku *FFWD Event Division*, Bandung, 03/03/12

acara. Jika kelima hal ini dilakukan dengan baik, maka sebuah kegiatan akan terstrukturisasi mulai dari persiapan sebelum acara sampai pelaksanaan acara selesai.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti kemukakan di atas, maka rumusan penelitian adalah sebagai berikut :

“Bagaimana Strategi *Fast Forward Event Division* dalam Menyelenggarakan Acara Konser Hollywood Nobody berjudul *“Midnight In Hollywood”*”

1.3 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dalam pelaksanaan *Planning* (perencanaan) pada acara konser musik Hollywood Nobody *“Midnight In Hollywood”*?
2. Bagaimana strategi dalam pelaksanaan *Organizing* (pengorganisasian) pada acara konser musik Hollywood Nobody *“Midnight In Hollywood”*?
3. Bagaimana strategi dalam pelaksanaan *Staffing* (pengisian staf) pada acara konser musik Hollywood Nobody *“Midnight In Hollywood”*?
4. Bagaimana strategi dalam pelaksanaan *Leading* (kepemimpinan) pada acara konser musik Hollywood Nobody *“Midnight In Hollywood”*?

5. Bagaimana strategi dalam pelaksanaan *Controlling* (pengontrolan) dalam acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*”?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi dalam pelaksanaan *Planning* (perencanaan) pada acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*”
2. Untuk mengetahui strategi dalam pelaksanaan *Organizing* (pengorganisasian) pada acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*”
3. Untuk mengetahui strategi dalam pelaksanaan *Staffing* (pengisian staf) pada acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*”
4. Untuk mengetahui strategi dalam pelaksanaan *Leading* (kepemimpinan) pada acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*”
5. Untuk mengetahui strategi dalam pelaksanaan *Controlling* (pengontrolan) pada acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*”

1.5 Alasan Pemilihan Masalah

Alasan dipilihnya permasalahan strategi *event organizer Fast Forward* dalam menyelenggarakan acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*” dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti ingin mencoba mendalami mengenai proses dalam merancang dan merencanakan suatu *event organizer* yang dilakukan oleh *Fast Forward*.
2. Peneliti ingin mengetahui, praktek-praktek pekerjaan di lapangan secara nyata, bagaimana suatu *event organizer* melaksanakan garapan pekerjaannya dalam melakukan perencanaan, pengorganisasian, *staffing*, *leading*, dan *controlling* komunikasi dan kelak sebagai bentuk aplikasi nyata bagi penulis sendiri.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Menambah info, pengetahuan secara teoritis bagi mahasiswa, khususnya fakultas ilmu komunikasi, mengingat bahwa hasil penelitian *event organizer* ini dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai bagaimana proses pengerjaan suatu acara lewat *event organizer* yang terencana secara baik dan menyeluruh.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Untuk lebih mengenal mengenai dunia *event organizer* secara lebih spesifik dan juga sebagai suatu lapangan kerja baru yang menjanjikan di masa yang akan datang bagi mahasiswa komunikasi dan masyarakat luas.

1.7 Pembatasan Masalah

Untuk memperjelas arus penelitian, masalah dibatasi sebagai berikut

1. Masalah yang diteliti adalah mengenai strategi *Fast Forward Event Division* dalam menyelenggarakan acara konser musik Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*” di Auditorium IFI Bandung.
2. Narasumber pada penelitian adalah *Event Organizer Fast Forward Event Division*.
3. Objek yang diteliti adalah team dan pimpinan *event organizer Fast Forward* yang beralamat di Jalan Dr. Setiabudi No. 56

1.8 Pengertian Istilah

1. Komunikasi : bahwa komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis*, yang artinya *common* atau sama (Schramm)
2. *Event Organizer* : *Event Organizer (EO)* adalah sekelompok orang yang terdiri dari tim pelaksana, tim pekerja, tim produksi dan tim manajemen yang melaksanakan tugas operasional suatu program acara atau melakukan pengorganisasian untuk mewujudkan suatu program acara. (Diktat ‘*How to be a Professional Event Organizer*’ (*For Beginners*) : Kaminari Production, Bandung).
3. Strategi : program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi (Handoko, 2001 : 86). Strategi memberikan pengarahan yang terpadu bagi *event organizer* dalam memanfaatkan segala potensi yang dimiliki guna mencapai tujuan yang diinginkan.

4. *Fast Forward* : Sebuah perusahaan label rekaman yang bergerak di bidang musik *indie pop*, berdiri sekitar pertengahan tahun 1999.
5. *Fast Forward Event Division* : *event organizer* yang berdiri sekitar pada tahun 2006 sebagai salah satu divisi dari *Fast Forward*, beralamat di Jalan Dr. Setiabudi No. 56
6. *Midnight In Hollywood* : acara konser musik *indie pop* bernama Hollywood Nobody yang digelar oleh *Fast Forward Event Division* berkerja sama dengan pihak kebudayaan Prancis IFI.

1.9 Kerangka Pemikiran

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2003 : 301)

Menurut Handoko, strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi (Handoko, 2001 : 86). Strategi memberikan pengarahan yang terpadu bagi *Event Organizer* dalam memanfaatkan segala potensi yang dimiliki guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Sedangkan Nugraha memberikan penjelasan bahwa strategi memiliki dua konsep yaitu :

- a. *Distinctive Competence* : suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

- b. *Competitive Advantage* : suatu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. (Nugraha, 2004 : 5)

Pada dasarnya suatu proses kegiatan akan mempunyai tujuan dan harapan-harapan, di mana harapan dan tujuan itu biasanya akan merupakan suatu proses akhir dari suatu kegiatan. Untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari setiap kegiatan tentunya harus melewati suatu proses yang panjang dan melewati tahap-tahap yang secara sistematis harus diikuti. Kegiatan yang berhasil dan mencapai tujuan yang sempurna akan diawali oleh suatu rencana yang matang. Dengan perencanaan yang sangat matang dan dikerjakan secara sistematis akan menjadi modal yang utama untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan.

Sebuah *Event Organizer* yang profesional memang harus mempunyai strategi yang matang. Di dalam strategi ini adalah seperti langkah-langkah apa yang akan diambil, bagaimana mengemas acara menjadi menarik, mencari *sponsorship*, mengantisipasi segala kemungkinan yang akan terjadi, sehingga kegiatan yang akan dilakukan terstrukturisasi secara rapih, tepat waktu, dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan bersama.

Tujuan utama perencanaan strategis agar sebuah perusahaan atau organisasi dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi eksternal dan internal, sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas, fungsi manajemen, konsumen dan pesaing (Nugraha, 2004 : 4).

Event Organizer sebagai penyelenggara sebuah acara tentunya harus benar-benar mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan agar kegiatan yang

dilaksanakan dapat berjalan dengan baik. Jika dikaitkan dengan manajemen, maka pada proses penyelenggaraan acara dapat pula mengacu kepada fungsi-fungsi dari manajemen seperti salah satu fungsi dari manajemen yang dikemukakan oleh Harold Koonzt dan Henz Weirich yaitu *Planning, Organizing, Staffing, Leading, Controlling* (Silalahi, 2002 : 44).

Kelima fungsi manajemen yang dikemukakan oleh Harold Koontz dan Heinz Weirich ini dapat diaplikasikan ke dalam penyelenggaraan sebuah acara mulai dari masa persiapan hingga acara telah selesai. Kelima fungsi ini sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya. *Planning* (perencanaan) adalah fungsi dasar dari manajemen, karena fungsi-fungsi yang lainnya seperti *Organizing, Staffing, Leading, Controlling* harus terlebih dahulu direncanakan.

Selain perencanaan, pengorganisasian adalah salah satu elemen yang penting jika akan menyelenggarakan acara. Pengorganisasian merupakan proses mengatur dan mengalokasi tugas-tugas, pekerjaan, wewenang, peran-peran termasuk koordinasi hubungan-hubungan antar bagian baik secara vertikal maupun horisontal dalam suatu struktur organisasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan (Silalahi, 2002 : 46).

Fungsi ketiga adalah *Staffing* (pengisian staf). Fungsi ini merupakan salah satu elemen yang menentukan pula di dalam sebuah *event organizer*, karena tanpa penempatan sumber daya manusia yang sesuai, *event organizer* itu akan mengalami hambatan dalam melakukan kegiatannya. “*Staffing* adalah proses yang berhubungan dengan rekrutmen, seleksi, dan orientasi atau sosialisasi serta penempatan pegawai baru melalui mana organisasi memenuhi atau mengisi

sumberdaya manusia dari tingkat manajer hingga karyawan” (Cherrington dalam Silalahi, 2002 : 261).

Fungsi yang keempat adalah *Leading* (kepemimpinan). Dalam sebuah *Event Organizer*, kepemimpinan sangat dibutuhkan agar di dalam pengambilan keputusan tidak terjadi kebingungan dan keraguan serta membawa *Event Organizer* tersebut tetap pada tujuan yang ingin dicapai bersama.

Fungsi yang terakhir adalah *Controlling* (pengawasan). Pengontrolan dilakukan agar kegiatan operasional untuk mencapai tujuan dilakukan sesuai dengan rencana dan cara-cara yang ditetapkan bersama sebelumnya. Pengontrolan adalah proses pemantauan kegiatan organisasional untuk mengetahui apakah kinerja aktual sesuai dengan standar dan tujuan organisasional yang diharapkan (Kathryn dalam Silalahi, 2002 : 391).

1.10 Metodologi Penelitian

1.10.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu metode deskriptif. Berdasarkan pada metode penelitian yang diuraikan oleh Issac dan Michael seperti yang dikutip oleh Jallaluddin Rakhmat dalam bukunya “*Metode Penelitian Komunikasi*”, Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistmatis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 2002 : 24).

Adapun ciri-ciri atau karakteristik dari metode deskriptif yaitu sebagai berikut:

1. Mengumpulkan informasi yang aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada..
2. Bertitik berat pada observasi dan suasana ilmiah.
3. Mengidentifikasi masalah atau melukiskan kondisi dan praktek-praktek yang berlaku
4. Membuat perbandingan atau evaluasi
5. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rakhmat, 2002 : 25).

1.10.2 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini melalui beberapa tahap yaitu :

1. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keterangan data dari orang-orang tertentu yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan wawancara dengan team *Fast Forward Event Division* dan juga wawancara dengan *owner* dari *Fast Forward* yaitu Achmad Marin, dan *Flow Manager* Janwar Hasan Sobari.

2. Studi Kepustakaan

Informasi yang diperoleh dalam penelitian ini juga didapat melalui sumber-sumber tertulis sebagai data sekunder, antara lain buku-buku yang berkaitan dengan manajemen, serta data-data yang telah diambil dari obyek penelitian itu sendiri. Ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang berguna dan berkaitan dengan penelitian.

3. Observasi

Observasi dilakukan untuk menunjang data yang telah ada. Observasi dilakukan agar dalam proses penelitian tersebut data-data yang telah terkumpul dari hasil wawancara dan sumber tertulis (literatur) dapat dianalisis nantinya dengan melihat kecenderungan yang terjadi melalui proses observasi di lapangan ini. Penulis melakukan pengamatan secara langsung dan seksama di lokasi penelitian yang pertama yaitu kantor Fast Forward yang beralamat di Jalan Dr. Setiabudi No. 56 Bandung dan lokasi penelitian yang kedua yaitu auditorium CCF Jalan Purnawarman No. 32 Bandung.

1.11 Populasi dan Sampel

1.11.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan objek penelitian, objek penelitian dapat berupa orang, organisasi, kelompok, lembaga, buku-buku, kata-kata, surat kabar, dan lain-lain (Rakhmat, 2002 : 78). Yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah *team Event Organizer Fast Forward* yang beralamat di jalan Dr. Setiabudi No. 56.

1.11.2 Sampel (*Key Informan*)

Sampel adalah bagian dari populasi yang diamati atau dapat diartikan sebagai bagian dari subjek penelitian yang dipilih dan dianggap mewakili keseluruhan (Rakhmat 2002 : 78). Dalam penelitian ini, penulis langsung mencari sumber penting objek yang diteliti atau informan kunci (*key informan*). Jadi,

dalam penelitian ini peneliti telah menentukan sampel yang akan dianalisis, yaitu *Project Officer* yang berjumlah 1 orang, *Flow Manager* yang berjumlah 1 orang dari *Event Organizer Fast Forward* yang menyelenggarakan kegiatan konser music Hollywood Nobody “*Midnight In Hollywood*” di Bandung sebagai pencetus ide kegiatan “*Midnight In Hollywood*”. Alasan pemilihan tersebut untuk menjadi sampel dikarenakan mereka adalah orang yang paling bertanggung jawab atas semua kegiatan berlangsungnya *event* tersebut, selain itu mereka juga orang-orang yang memiliki wewenang untuk memberikan informasi berupa data atau apapun yang penulis butuhkan berkenaan dengan penelitian ini.

1.12 Operasional Variabel

Variabel : Strategi *Fast Forward Event Division* dalam menyelenggarakan acara konser musik *indie pop* Hollywood Nobody ” *Midnight In Hollywood*”

Indikator 1 : *Planning* (perencanaan).

Alat Ukur :

- a. Formulasi tujuan (*goal formulation*).
- b. Pembuatan keputusan rencana strategik (*strategic plan decision making*).
- c. Pengembangan rencana operasional (*develop operational plan*)

Indikator 2 : *Organizing* (pengorganisasian)

Alat ukur :

- a. Pembagian kerja.
- b. Departementasi

Indikator 3 : *Staffing* (pengisian staf)

Alat ukur :

- a. Perencanaan Sumber Daya Manusia.
- b. Proses rekrutment.

Indikator 4 : *Leading* (kepemimpinan)

Alat ukur :

- a. Kemampuan memimpin (*Leadership*).
- b. Kemampuan berkomunikasi (*Communication*).
- c. Kemampuan memotivasi (*Motivating*).

Indikator 5 : *Controlling* (pengontrolan)

Alat ukur :

- a. Penetapan standar tampilan kerja.
- b. Pengukuran kinerja aktual
- c. Pengambilan tindakan perbaikan.