

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sebuah pondasi dari dimulainya sebuah percakapan, tanpa komunikasi sebuah interaksi tidak akan terbentuk atau terbangun. Dikutip dari *Study.com* Komunikasi Dalam arti sempit adalah proses pertukaran informasi yang bisa dilakukan oleh satu individu ke individu yang lain atau antar komunitas. Dari adanya aktivitas sebuah komunikasi tentu saja tidak asing dengan kata *event*, *Perhelatan* atau Event merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mempertemukan individu dengan individu yang lain dengan tujuan yang sama, seperti seminar, konser musik, ataupun sebuah Festival Kebudayaan.

Sedangkan dalam sebuah event sendiri pasti memiliki marketing, strategi marketing sering dikenal sebagai promosi, dalam KBBI Promosi yang bersifat dagang memiliki definisi yaitu kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif. Event sendiri memiliki sebuah promosi selain mendapatkan jumlah eksposur yang akan dicapai targetnya, namun akan membuat perspektif brand event yang akan diangkat. Tentu saja tergantung dengan event yang akan diadakan. Menurut *Getz (2008)* Event sendiri memiliki kategori masing-masing berdasarkan besarnya sebuah event yang diadakan, klasifikasi Event tersebut juga memiliki definisi tersendiri dengan tujuan yang berbeda, antara lain:

1. Mega Events
2. Hallmark Events
3. Major Events
4. Local Events

Mega Events adalah sebuah perhelatan yang diadakan dan memiliki pengaruh yang besar terhadap seluruh ekonomi di sebuah negara yang menjadi tuan rumah acara, dan secara keseluruhan diliput atau dipromosi oleh banyak media. Dalam perspektif ekonomi, Mega event sendiri akan berpengaruh besar terhadap aspek wisata dan infrastruktur ekonomi sebuah tuan rumah negara, sebagai contoh hal ini bisa diambil dari sebuah event dari Olympic, Sea Games, FIFA, dan masih banyak lagi. sedangkan menurut M.Muller "Kejadian yang sedang berjalan dan sudah ditentukan akan menarik perhatian pengunjung yang sangat besar, dapat menjangkau media yang besar, serta akan mengeluarkan biaya yang besar dan memiliki pengaruh yang besar terhadap lingkungan dan populasi sebuah negara."

Sedangkan untuk Hallmark Events adalah sebuah perhelatan yang digelar di suatu daerah dan biasa menjadi sebuah perhelatan yang diadakan setiap tahun yang menjadi ciri khas atau icon sebuah daerah. Visi utama Hallmark adalah meningkatkan perekonomian di daerah tertentu dengan menarik pengunjung yang bukan dari tuan rumah penyelenggara. Oleh sebab itu hallmark event kerap kali menjadi sebuah strategi pemerintah daerah agar daerahnya menjadi dikenal oleh orang-orang yang ada diluar daerahnya. Contoh Hallmark event yang sudah menjadi ikon sebuah daerah adalah Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta, Festival

Kesenian Yogyakarta, dan Prambanan Jazz. Menurut Donald Getz, Hallmark events memiliki model sebagai sistem sebuah proses agar hallmark event tercapai, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.1 ... (Sumber: Jurnal Hallmark Events: Definition, Goals, And Planning Process (2008))

Dari model yang sudah dilampirkan, Hallmark Event dapat terbentuk jika terdapat sebuah ciri dari sebuah peristiwa, maka dari itu event yang diselenggarakan harus diadakan secara periodik (atau permanen) sehingga terciptanya sebuah ciri khas dari sebuah event yang diadakan. Selain itu Hallmark event membutuhkan sebuah lembaga atau komunitas yang tujuan agar sebuah event yang diadakan sebelumnya dapat dikelola dengan baik dan rutin, terbentuknya suatu komunitas atau lembaga tentu akan menyebabkan tujuan dan pendapat yang berbeda atau tumpang tindih, namun hal itu merupakan salah satu tujuan utama agar dibentuknya model Hallmark event ini agar terciptanya keselarasan dalam sebuah tujuan event.

Major Event sendiri memiliki definisi yang hampir sama dengan Mega Events, dikutip dari Jurnal yang ditulis oleh Sonja Oklobzija (2015) dengan judul *The Role Of Events In Tourism Development* definisi Major Event sendiri adalah "Event yang memiliki skala besar dan mempunyai daya tarik yang kuat untuk menarik sebuah pengunjung dan media, serta mempunyai pencapaian yang baik untuk sebuah hasil ekonomi." Biasanya Major event memiliki orientasi sendiri, seperti Formula One GrandPrix, MotoGP, dan sebagainya.

Local Event memiliki definisi yang lebih simpel dan juga sering kita temui dalam perhelatan-perhelatan yang sudah ada sebelumnya, Event yang memiliki target pengunjung lokal, namun memiliki nilai hiburan yang sudah ditentukan oleh penyelenggara. Biasanya local event memiliki tujuan agar memberi kesempatan bagi seseorang untuk mengekspos ide-ide kreatif baik itu dalam konteks sports, seni, dan pengalaman.

Dalam definisi dari berbagai klasifikasi event yang sudah disebutkan, event atau sebuah perhelatan tidak akan terlepas dari sebuah promosi, hal ini tentu melibatkan sebuah manajemen, dalam kajian ilmu komunikasi, manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang memiliki tujuan yang telah ditentukan bersama dapat diatur sehingga mendapat sebuah target yang telah ditentukan. Maka dari itu dalam penelitian kali ini penulis akan fokus pada kajian manajemen event virtual. Menurut Noor 2009, Manajemen Event adalah suatu pengorganisasian suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau lembaga yang dikelola secara profesional, efisien, dan efektif dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan kegiatan selesai.

Namun dalam beberapa tahun belakangan, semua event bahkan skala dunia sempat meredup karena adanya beberapa halangan, seperti yang kita ketahui, pandemi Covid-19 pada tahun 2020 awal, khususnya pada bulan Maret di Indonesia membuat dunia per-event-an sempat meredup, bahkan mati. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya event-event di Indonesia sendiri mengalami postpone bahkan dibatalkan.

Pandemi Covid-19 merupakan sebuah bencana yang dialami oleh umat manusia. Setiap negara saat ini sedang berjuang dalam menghadapi Pandemi ini. Banyak negara yang akhirnya memutuskan untuk melakukan pembatasan aktifitas masyarakatnya hingga lockdown. Hal ini membuat banyak sektor ekonomi menjadi terganggu bahkan berhenti. Salah satu sektor ekonomi yang mengalami dampak pandemi Covid-19 adalah sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang didalamnya termasuk Event Offline. Menurut data dari kemenparekraf terdapat 34 juta masyarakat di Indonesia bergantung pada sebuah event Offline.

Berdasarkan data yang didapat dari Indonesia Event Industry Council (IVENDO) pada tahun 2020 dimana pandemic Covid-19 terjadi, sebanyak 43% event dibatalkan dan 48% ditunda selama berlangsungnya pandemi.

Kondisi Pelaksanaan Event di Indonesia
Akibat Pandemi



Gambar 1.2 ... (Sumber: Indonesia Event Council (IVENDO) 2020).

Melalui buku yang ditulis oleh Rob Harris dan Johny Ellen (2002) dengan judul "Perencanaan dan Pengelolaan Event dan Festival", Event merupakan sebuah budaya yang berpusat tergantung pada sebuah ada tidaknya. Seiring berjalannya waktu Pemerintah saat ini melakukan dukungan dan mempromosikan sebuah event karena hal itu sebagai strategi Kementerian Ekonomi untuk pembangunan dan sekaligus marketing sehingga menstimulus bisnis yang ada di sebuah negara. Pada beberapa kasus Pandemi Covid 19, Event Offline yang terganggu dan terdampak Pandemi adalah Event Organizer dari JavaPro yang berlokasi di Yogyakarta. JavaPro sendiri memiliki Event yang telah diselenggarakan tiap tahun, salah satunya adalah Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta atau yang dikenal sebagai Cap Gomeh, salah satu Event yang berkategori sebagai event budaya. namun Pandemi Covid 19 membuat JavaPro melakukan berbagai skema yang bertujuan untuk mencapai kemungkinan Event PBTY dilanjutkan di setiap tahun dalam keadaan pandemi Covid 19 sekalipun. Sementara itu Melalui Website resminya DJKN KEMENKEU menerbitkan artikel

yang ditulis oleh Bagus Widi Wicaksono yang berjudul "Virtual Event, Salah Satu Solusi di Masa Pandemi" melalui artikel ini secara tidak langsung menstimulus para Penyelenggara Event agar "cerdik" dan mendapatkan celah di tengah keterbatasan situasi. Namun hal itu membutuhkan effort yang lebih besar karena banyak Penyelenggara Event yang belum pernah melakukan Event Online atau Virtual. Menurut Seraphin (2020), Madray (2020), dan Rubinger (2020), mereka menyimpulkan bahwa virtual event bisa menjadi sebuah solusi dari industri event saat pandemi covid 19 yang berkepanjangan berlangsung. Secara garis besar definisi dari sebuah virtual event sendiri adalah sebuah imitasi bentuk fisik dari lokasi event diadakan dengan didukung melalui online platform, sehingga memungkinkan setiap individu atau organisasi agar dapat hadir dari mana saja, baik itu dari rumah atau kantor dengan menggunakan laptop, handphone, ataupun komputer melalui konektivitas internet mereka. Pada awalnya hal ini menjadi sebuah masalah sekaligus tantangan yang besar bagi Manajemen Event. Karena sebelumnya di industri event tidak pernah mengalami hal seperti ini, melalui tulisannya, Menurut Goldblatt (Event Management, 2013) : "Event manajemen adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan.". Secara singkat, definisi dari sebuah manajemen event sendiri adalah sebuah kegiatan profesional untuk mengumpulkan sekelompok orang atau individu, dengan tujuan yang sama dengan sistematis dan fleksibel. Dari sebuah

artikel tersebut banyak penyelenggara akhirnya merencanakan perhelatan virtual event, salah satunya adalah PBTY itu sendiri, namun karena Virtual Event merupakan hal baru dan belum mempunyai data sebanyak Event Offline, manajemen Event yang menyelenggarakan PBTY membuat berbagai skema Event yang menyangkut Virtual Event, salah satu yang perlu dipertimbangkan adalah sebagai berikut :

1. Designer 2D, 3D dan Animator
2. Virtual Presenter
3. Mini Brodcasting Equipment
4. Layout Virtual Vanue
5. Social Media Operator
6. Mini Show Event Manajemen
7. Audience

Fokus dalam penelitian kali ini adalah Bagaimana Event Organizer menghadapi situasi pandemi sehingga perhelatan *Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta* tetap berlangsung walaupun dengan menggunakan skema Vitual Event, Yang dimulai dari Riset, Perencanaan, Koordinasi hingga Evaluasi yang dilakukan oleh Event Organizer JavaPro, Oleh karena itu peneliti ingin menjabarkan secara akurat, efisien serta aktual manajemen event virtual melalui judul penelitian yaitu "**Proses Manajemen Virtual Event *Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta 2022***"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang sudah dijabarkan diatas, maka Rumusahan Masalah yang menjadi poros penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Proses Manajemen Event *Pekan Budaya Tionghoa 2022* dengan menggunakan skema *Virtual Event*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, tujuan penelitian ini adalah agar mengetahui proses manajemen virtual event melalui studi kasus Manajemen Virtual Event Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta 2022, melalui 5 tahapan Event manajemen yaitu, Skema Virtual Event, Riset, Perencanaan, Koordinasi, dan Evaluasi. Sehingga untuk kedepannya Event Organizer JavaPro dapat melakukan perhelatan dengan kondisi apapun.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian kali ini, Peneliti diharapkan untuk membagi manfaat penelitian ini menjadi 2 kategori, yaitu:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi tolak ukur dalam keberlanjutan Event Virtual dimasa mendatang sehingga Event PBTY yang dipromotori oleh JavaPro dapat terus berkembang dan dapat bertahan dalam kondisi apapun dari tahun ketahun.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini menjadi sebuah pedoman untuk penelitian berikutnya sehingga mendapatkan sebuah data yang relevan dan kemudian memunculkan teori-teori baru untuk penelitian yang bersinggungan.

