

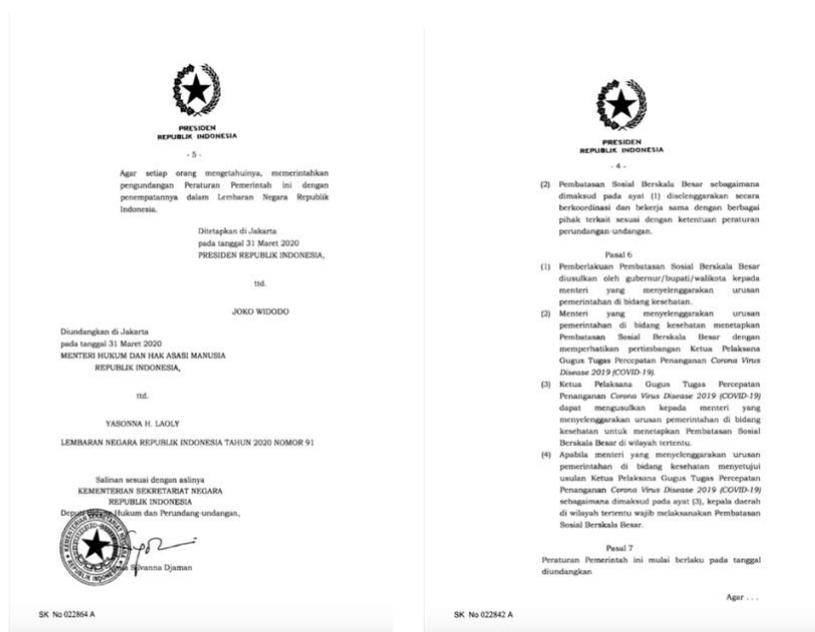
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Event* bukan lagi hanya sebagai hiburan, namun *event* sudah di jadikan alat untuk sebagai sarana sebuah perusahaan untuk melakukan promosi (Noor, 2013). *Event* merupakan sebuah kegiatan yang diadakan untuk acara penting dalam hidup manusia yang terikat dengan adanya adat dan budaya serta agama.. Sebuah *event* biasanya diselenggarakan secara *offline* atau fisik sehingga peserta atau *audience* akan hadir ke sebuah *venue* untuk menghadiri *event* tersebut.

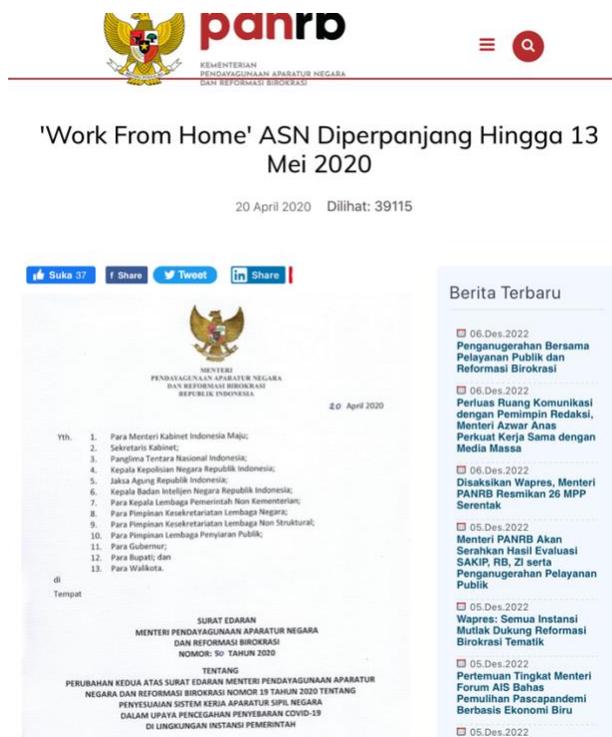
Namun pandemi *covid* yang melanda dunia 2020 membuat seluruh masyarakat diharuskan untuk menjaga jarak karena penyebarannya yang sangat cepat. Pemerintah Indonesia sendiri mengeluarkan peraturan darurat pada tahun 2020 yang berisikan sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Peraturan Pemerintah PSBB

Sumber : [www.peraturan.bpk.go.id](http://www.peraturan.bpk.go.id)

Pada pasal 4 disebutkan bahwa Pembatasan Sosial berskala besar harus memenuhi kriteria yaitu, peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Dari ketiga poin peraturan tersebut membuat banyak industry *event* yang sudah merencanakan perhelatan harus dibatalkan sampai waktu yang tidak ditentukan karena covid mudah menyebar didalam kerumunan. Maka dari itu pembelajaran dan perkantoran banyak yang menerapkan konsep *work form home* atau virtual. Konsep ini menggunakan aplikasi *meeting* yang banyak tersedia seperti *zoom*, *Webex*, dan *google meet*. Namun banyak juga pembelajaran yang dilakukan dengan *livestreaming* yang merupakan sebuah metode yang dilakukan dengan *realtime* dengan *audience* siswa itu sendiri. Konsep *virtual* ini mulai menjadi trend pada tahun 2020 karena konsep *virtual* ini menjadi solusi untuk melakukan aktivitas ketika sedang isolasi.



**Gambar 1. 2 Berita Penerapan work form home**

*Sumber : www.menpan.go.id*

Berita WFH ini membuat industri *event* tidak dapat berjalan dikarenakan peraturan pemerintah yang melarang kerumunan *covid*, sehingga banyak *event* yang menerapkan

konsep virtual *event* yang menggunakan aplikasi *meet* dan juga *youtube*. Dengan konsep *real time* banyak konser virtual yang berhasil terlaksana dengan membuat penonton merasakan *euphoria* dari konser tersebut ketika *offline*. Salah satu acara yang berhasil digelar dengan konsep virtual adalah ‘*Synchronize Fest 2020*’ dengan mengundang salah satu band bergenre *poppunk* yaitu ‘*Rocket Rockers*’ menggunakan sebuah panggung besar seperti layaknya sebuah konser pada umumnya yang ditayangkan di televisi yaitu SCTV dan juga *platform* televisi digital yaitu *vidio.com*.



Synchronize Fest 2020 Tayang di SCTV dan Vidio. (instagram.com/synchronizfest)

Liputan6.com, Jakarta Salah satu festival yang paling ditunggu-tunggu bagi kawula muda akan balik lagi tahun ini. *Synchronize Fest* merupakan ajang festival musik tahunan yang menghadirkan banyak musisi-musisi ternama tanah air.

Saat ini pandemi Covid-19 yang sedang melanda seluruh dunia membuat industri event terhenti tak terkecuali festival musik. *Synchronize Fest 2020* membuat sebuah movement dengan membuat festival musik secara virtual yang akan disiarkan oleh SCTV dan Vidio secara gratis.

### Gambar 1. 3 Pemberitaan konser virtual

Sumber : [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)

Konser *virtual* mulai banyak bermunculan ketika *covid* sudah melanda Indonesia dan membuat pemerintah mengeluarkan konsep WFH. Hal ini berkaitan dengan apa yang

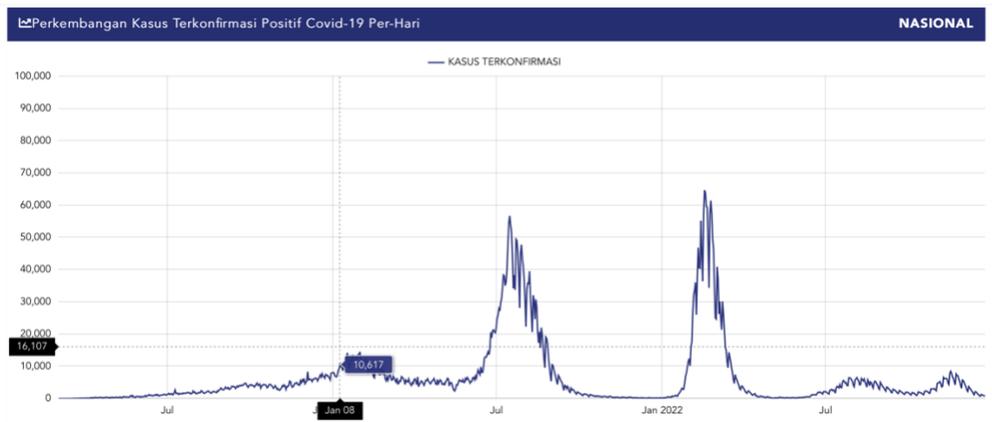
dikatakan oleh pengamat musik Bens Leo pada laman kontan.id yang ditulis oleh Rahayu (2020), bahwa pandemi ini membuat para pekerja seni, musisi, bahkan promotor musik dituntut untuk bisa lebih kreatif dan inovatif. Salah satu contohnya adalah mengadakan konser *virtual*. Bahkan, ia menambahkan bahwa industri musik serta pertunjukan musik harus tetap diterapkan kedalam sebuah digitilisasi dan bentuk-bentuk yang inovatif sesuai dengan keadaan. Bentuk inovasi *event virtual* harus didorong dari beberapa sektor. Mengutip dari pengamat berita Heru Sutadi dari laman berita liputan6.com, tentang penggunaan internet yang meningkat pada masa pandemi yang mencapai angka 40% yang berarti trafik internet Indonesia yang sangat melesat, sehingga kebutuhan aktivitas virtual sangat dibutuhkan pada saat ini. Sehingga merujuk dari data tersebut, inovasi serta kolaborasi digital dengan industri *event* akan terasa lebih mudah dan lumrah.

Seiring dengan berjalannya waktu dimulai pada tahun 2022 pada bulan Maret sampai bulan April pemerintah melakukan pelonggaran Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) karena kasus covid sudah mulai menurun, sehingga masyarakat dapat beraktivitas dengan tetap menjaga protokol Kesehatan.



**Gambar 1. 4 Berita pelonggaran PPKM**

Sumber : [www.manado.antaranews.com](http://www.manado.antaranews.com)



**Gambar 1. 5 Grafik Covid19 di Indonesia**

Sumber : [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id)

Dengan adanya beberapa pemberitaan perihal pelanggaran ini akhirnya mulai banyak *event* yang diselenggarakan secara *offline* maupun *hybrid*. Konser berkonsep *hybrid* yang baru-baru ini diadakan adalah “*Head in The Cloud*” yang berisikan “*Asian Coachella*” yang menampilkan artis yang terkenal di Asia secara global, dikutip dari liputan6.com. konsep *hybrid* yang dilakukan pada konser ini menggunakan dua *venue* yaitu di Pantai Indah Kapuk sebagai *venue offline* dan aplikasi *vidio.com* sebagai *venue streaming*. Konsep *hybrid* event juga dilakukan oleh salah satu perusahaan televisi untuk melaksanakan *event* yaitu PT Net Mediatama Televisi, yang menyelenggarakan *event* pada 2022 ini. Ada beberapa *event* yang diselenggarakan oleh NET TV yaitu, Tonight Fest 1, Tonight Fest 2, Grand Launching Net Verse dan NET Goes To campus. Beberapa *event* ini ditujukan untuk memberikan *exposure* kepada NET TV untuk memberikan *brand awareness* pada masyarakat tentang platform TV digital baru yaitu Net Verse. Tak hanya untuk memberikan *brand awareness*, NET TV juga melakukan *corporate social responsibility* kepada masyarakat tentang ‘Literasi Media’ pada *event* ‘Net Goes To Campus’. *Event* ini diselenggarakan secara *hybrid* dikampus Paramadina, Jakarta Selatan. Mengutip dari laman berita jpnn.com, tentang ‘NET Ajak Mahasiswa Program Magang Kampus Merdeka Gelar Literasi Media’, NET TV mengundang dua praktisi penyiaran untuk hadir dalam seminar literasi media tersebut, yaitu Anggita Anandatiya (*Assistant Vice President Creative Production*) dan Nugroho Agung Prasetyo (*Assistant Vice President Brand Communication*) untuk memberikan materi pada seminar tersebut. Tak

hanya pemberian materi namun ada juga *games* kreatif dengan platform *digital* sebagai *ice breaking* pada acara tersebut. Acara ini ditujukan untuk mahasiswa Universitas Paramadina sebagai pengganti mata kuliah.

*Event* ini dipersiapkan oleh karyawan magang yang sedang mengikuti program kampus merdeka di NET TV yang diselenggarakan oleh Kemendikbud, untuk mempelajari tentang pembuatan sebuah *event*. adapun beberapa masalah yang menjadi latar belakang *event* ini diselenggarakan adalah untuk memberikan edukasi untuk masyarakat bahwa siaran analog akan dihapuskan sehingga masyarakat harus mengganti televisi digital dengan menggunakan *set top box*. Dalam hal ini penulis melihat bahwa para pelaku *event* ‘Net Goes To Campus’ ini memiliki semangat yang tinggi dalam mempersiapkan *event* secara *hybrid* dikarenakan *venue* tidak memiliki kapasitas yang cukup dan masih didalam situasi pandemi ditambah dengan masih adanya mahasiswa Paramadina yang masih berada diluar daerah sehingga agar bisa diakses oleh mahasiswa yang tidak bisa hadir di *venue* maka *event* ini diselenggarakan secara *hybrid* dengan menggunakan platform *Youtube* dengan aplikasi *OBS(Open Broadcast Stream)*. Walaupun *event* ini diselenggarakan secara *hybrid* tapi para peserta terlihat antusias karena ada sesi *QnA* dengan hadiah menarik yang membuat peserta sangat antusias untuk hadiah tersebut. Tak hanya para peserta, para pelaku *event* juga mengerahkan seluruh tenaganya untuk menyelenggarakan *event* ini sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *brand awareness* dan juga melatih *skill* persiapan *event*.

Karena *event hybrid* ini merupakan terobosan baru sehingga persiapan dan analisisnya yang perlu banyak dilakukan. Tugas akhir ini mengangkat sebuah laporan persiapan untuk sebuah *hybrid event*. Sehingga yang membuat penulis memiliki ketertarikan dengan mengangkat judul”Analisis PELAKSANAAN *EVENT HYBRID* PT NET MEDIATAMA TELEVISI”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penyusunan tugas akhir ini, sebagai berikut:  
Bagaimanakah Pelaksanaan *Event Hybrid* Pada PT Net mediatama Televisi?

### **1.3 Fokus Perancangan**

Penulis memfokuskan karya akhir ini pada pengelolaan pelaksanaan *event hybrid* pada proyek yang dijalankan oleh penulis, yaitu “**NET GOES TO CAMPUS**” .

### **1.4 Tujuan Karya**

Perancangan karya ini membahas tentang pelaksanaan *event hybrid* . Pengadaan *event* ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang yang ada di balik layar pada produksi televisi dan tentang televisi digital yang dilakukan dengan cara *event hybrid*. Dengan adanya *platform* televisi berbasis aplikasi yang dimiliki NET TV menjadi tujuan dalam pengadaan *event* ini sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat tentang televisi digital karena televisi analog akan diputus pada November 2022

Berdasarkan tujuan karya tersebut maka perancangan karya ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengedukasi masyarakat tentang televisi digital
2. Memperkenalkan *platform* baru NET TV yaitu *Net Verse*
3. Sebagai *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan NET TV

### **1.5 Manfaat Karya**

Adapun manfaat yang di dapatkan Ketika perancangan karya yaitu, bekerja sama dengan tim, mendapatkan *soft skill* seperti *pitching* dengan klien dan pembuatan *event* yang berskala besar secara bauran atau *hybrid*.

#### **1.5.1Manfaat Teoritis**

Karya ini diharapkan bisa menjadi refrensi bagi tinjauan ilmiah berikutnya mengenai *event* dan *event hybrid*

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Diharapkan karya ini akan menjadi refrensi bagi praktisi *event organizer* dalam menjalankan sebuah *event hybrid*.

## 1.6 Jadwal Kegiatan

*Event* ini di jadwalkan pada 19 Oktober 2022 yang di selenggarakan pada pukul 11.00 WIB. Adapun kegiatan ini memiliki *venue* di Universitas Paramadina Jakarta Selatan yang juga sebagai target *event* ini. Adapun *timeline* perancangan karya sebagai berikut :

Tanggal	Keterangan
5-8 September 2022	Rapat dengan tim mengenai konsep <i>event</i> dan pembuatan grand design
15 September 2022	Presentasi kepada Assistant Vice President Brand Communication
16 September 2022	Revisi konsep dan pembuatan proposal
26-28 September 2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menghubungi kampus yang akan menjadi target</li><li>- Revisi Proposal</li><li>- Penentuan tanggal <i>Event</i></li></ul>
10-14 Oktober 2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Survey kampus Paramadina</li><li>- Rapat dengan pihak Paramadina</li><li>- Pembuatan e-flyer</li><li>- Pembuatan perjanjian kerja sama</li><li>- Persiapan <i>venue</i></li></ul>
17-18 Oktober 2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Gladi kotor di kampus Paramadina</li><li>- Persiapan <i>booth activation</i> untuk acara</li></ul>
19 Oktober 2022	<i>Event</i> NET GOES TO KAMPUS

**Tabel 1. 1 Persiapan Event NET GOES TO CAMPUS**

Sumber: Dokumen Pribadi

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

1.2 Identifikasi/Rumusan Masalah 1.3 Fokus Perancangan

1.4 Tujuan Karya

1.5 Manfaat Karya

1.6 Jadwal Kegiatan

1.7 Sistematika Penulisan

### **BAB II LANDASAN KONSEPTUAL**

2.1 Tinjauan Teori

2.2 Referensi Karya

### **BAB III METODEDE DAN KONSEP**

3.2 Gambaran Subjek dan Objek

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.4 Analisis Permasalahan

3.5 Konsep Komunikasi

3.6 Konsep Kreatif

3.7 Skema Perancangan

### **BAB IV HASIL KARYA**

4.1 Proses Perancangan Karya

4.2 Pembahasan Hasil Karya

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan Karya

5.2 Saran