

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

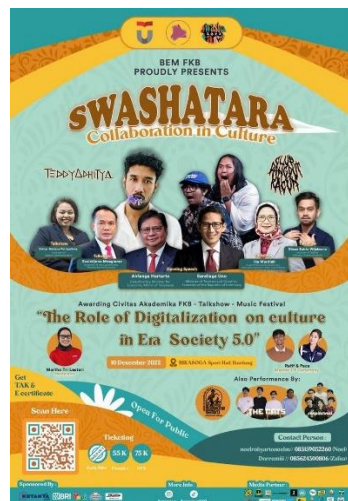
Di era digital ini sektor-sektor industri berkembang dengan baik salah satunya sektor industri kreatif, seiring berkembangnya jaman sektor industri kreatif mendorong perekonomian masyarakat yang semakin maju. Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2007: 10). Industri kreatif berkaitan erat dengan majunya sektor ekonomi dengan itu ekonomi kreatif memiliki 16 sub sektor, salah satunya *event*. Terselenggaranya *event* dikalangan lingkup pembelajaran, bertujuan untuk memajukan sektor ekonomi kreatif dari kalangan pelajar maupun mahasiswa.

Swashatara 2022 merupakan kegiatan yang dilaksanakan melalui kolaborasi antara *event* musik konser, seminar dan *awarding* yang diselenggarakan oleh program kerja dari Badan Eksekutif Mahasiswa Keluarga Mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis (BEM Kema FKB) Universitas Telkom. Acara musik dan kolaborasi *event* ini bertemakan kebudayaan Indonesia sebagai bentuk upaya pelestarian kebudayaan Indonesia dengan tema kebudayaan Bali pada tahun 2022. *Event* Swashatara 2022 merupakan proyek kolaborasi antara program kerja dari Departemen Dalam Negeri dan Departemen Olahraga, Seni, dan Budaya BEM Kema FKB yaitu OLAF 7.0 (*One Love Award For FKB*) dengan FKBCD 2022 (Fakultas Komunikasi Bisnis *Celebration Day*). Penggabungan antara dua *event* kolaborasi Swashatara merupakan bentuk transisi *event* yang dilangsungkan secara *offline* pasca pandemi COVID-19.

Nama Swashatara sendiri yaitu singkatan dari Swashana Nusantara, dengan mengusung tema *Culture Digitalization*, membahas bagaimana pengaruh internet atau digitalisasi merupakan hal yang membentuk cara interaksi, berpikir, serta berkomunikasi dalam lingkungan masyarakat. Budaya dapat terbentuk dalam beberapa unsur yaitu agama dan politik, adat istiadat, bahasa, juga pakaian / penampil sehingga yang diambil dalam *event* Swashatara yaitu pakaian juga nuansa dari Bali. Sebagai *project* kolaborasi, hal ini merupakan hal yang baru bagi masing-masing *event*, terutama bagaimana menyatukan *event* yang sebelumnya dilaksanakan secara *online*

pada tahun 2021 sehingga membentuk manajemen *event* dengan adaptasi di era *new normal* COVID-19.

Kebudayaan Bali diangkat oleh *event* Swashatara 2022 karena salah satu sektor Pariwisata yang dikenal mendunia dan mancanegara yaitu Pulau Bali, kaya akan keindahan alam dan budaya Bali yang sangat kental seperti kepercayaan adat istiadat dan juga tarian Bali yang ikonik. Melihat potensi pariwisata yang meningkat di tahun 2022, berdasarkan data dari laman <https://www.merdeka.com> bahwa sektor Pariwisata meningkat di tahun 2022 dengan kenaikan jumlah parawisatawan, menurut Kepala Dinas Provinsi Bali, Tjok Bagus Pelayun mengatakan bahwa “*Domestik dan wisatawan mancanegara, baik itu dari Bandara (I Gusti Ngurah Rai) Pelabuhan Gilimanuk dan Padang Bai, totalnya 10.940.928. Ini dari Bulan Januari sampai tanggal 29 Desember 2022,*” Jumat (30/12). Hal ini seiring berkurangnya kasus COVID-19 di seluruh dunia.



Gambar 1.1 Poster acara Swashatara 2022

Sumber: Instagram @swashatara (Diakses pada 29 Agustus 2023)

Rangkaian acara Swashatara dimulai dari acara seminar, kegiatan ini akan dimulai dengan seminar sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan *sharing session* dengan narasumber kredibel di bidangnya yaitu Ika Mardiah selaku Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat, Susi Wijono Moegiarso selaku Sekretaris Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Selain itu, *Opening Speech event* Swashatara 2022 diisi oleh Sandiaga Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kegiatan seminar *talkshow* dengan “*The Role of Digitalization on Culture in era Society 5.0*” merupakan korelasi antara konsep *Society 5.0* dengan

kebudayaan masyarakat Indonesia, dengan contoh yang sebelumnya tukang ojek sekarang dikemas melalui teknologi dengan menghadirkan aplikasi Gojek.

Kegiatan ini merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk berbagi informasi dan menambah pengetahuan mengenai kultur dan di era *digital* dengan diselingi kegiatan *awarding* untuk mahasiswa, dosen, dan juga staf civitas akademika Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Ditutup dengan rangkaian acara puncak dari kegiatan ini adalah dengan diadakannya Festival Musik yang sebagai sarana hiburan dan selebrasi untuk civitas akademika Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom juga untuk umum. Tema budaya yang diambil dari *event* sebelumnya yaitu FKBCD 2021 “*Kharstemia*” dengan mengambil tema kebudayaan Sunda, melalui aksi sosial proyek kolaborasi dengan Kelompok Penyanyi Jalanan (KPJ) Bandung.

Keberhasilan terlaksananya dua *event* secara *virtual* ini memberikan gambaran hasil manajemen *event* masing-masing *event* sebelumnya, *event* Swashatara menjadi ruang dan wadah untuk mengembangkan kreatifitas mahasiswa dalam rangkaian acara dari mulai seminar, *awarding* hingga pertunjukan musik. Dalam aktivitas komunikasi, *event* merupakan kegiatan yang memerlukan Kerjasama dalam membentuk suatu kepanitiaan, menurut Any (2013) *event* merupakan kegiatan untuk memperingati hal-hal yang berharga dalam hidup, baik dalam secara individu maupun kelompok dalam aspek budaya, adat, tradisi maupun agama dengan tujuan tertentu, berkaitan dengan lingkungan dalam waktu tertentu. Pertunjukan konser musik merupakan hiburan bagi para penikmat musik maupun hiburan bagi para penampil dalam sebuah *event*, Howard (2022) berpendapat bahwa semua *event* memiliki fokus tujuan kepada bakat muda dan kesempatan untuk menunjukkan keterampilan artistik dan komunikasi, sehingga oleh para *talent* atau pun peserta dianggap berharga, dalam kaitannya sebagai istilah 'membuat diri Anda didengar'.

Sebuah *event* memerlukan manajemen acara dalam proses pengelolaan maka *event* manajemen, menurut Goldblatt (2002) Manajemen acara yaitu sebuah profesi yang mencakup dalam masing-masing kegiatan yang membutuhkan pertemuan publik untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni. Hal itu diungkapkan juga oleh Yudhistira & Diniati (2021) bahwa manajemen *event* juga dilakukan untuk memberikan semarak pada suatu kegiatan yang sedang berlangsung serta memperkuat hubungan sosial dengan orang-orang disekitarnya. Manajemen *event* sebagai langkah-

langkah dalam menjalankan *event* Swashatara 2022 agar lebih jelas dalam mencapai tujuan acara.

Event Management adalah bentuk dari sebuah karya kreatif di lingkungan perkuliahan, mengelola sebuah *event* dengan wawasan yang dimiliki mahasiswa merupakan implementasi dari sebuah ilmu kehumasan. Menurut Dewi & Runyke, (2013) *Public Relations* merupakan langkah dalam mewujudkan program *event* sebagai langkah mendekatkan suatu *event* dengan khalayak atau pengunjungnya. Dalam implementasi manajemen acara, divisi kehumasan memberikan strategi-strategi yang dapat menarik agar interaksi dan komunikasi dari suatu *event* agar berjalan dengan baik. Terkait *public relations* pada *event*, Lestari (2021) menjelaskan *Public Relations* sebagai manajemen reputasi dimana pada pekerjaannya melibatkan manajemen acara yang sifatnya proyek untuk menciptakan *moment* penting yang memerlukan penggunaan kreativitas dan imajinasi mereka untuk mengadakan acara luar biasa yang semua orang ingin datang dan semua orang akan mengingat selamanya.

Pada proses pengelolaan sebuah *event*, terdiri dari tahapan-tahapan *event management*, merujuk pada konsep manajemen event Goldblatt (2013) yang terdiri dari lima tahapan yaitu *research*, *design*, *planning*, *coordinating*, dan *evaluating*. Tahapan riset berguna untuk mengetahui SWOT pada *event* tersebut, dengan dapat dengan riset kualitatif maupun kuantitatif, setelah itu tahapan *design* bagaimana *event* itu terbentuk, gambaran secara spesifik dengan brainstorming dari tahapan riset, lalu tahapan *planning* sebagai perencanaan dari hasil riset dan desain dengan itu memberikan koordinasi terhadap seluruh panitia pada sebelum hingga saat acara berlangsung, setelah acara selesai lalu tahapan evaluasi.

Peneliti melakukan pra riset kepada beberapa narasumber atau informan dari acara sebelumnya dengan membandingkan tema dari tahun 2019 hingga 2022 meliputi tema acara teknis pelaksanaan hingga jumlah audiens yang hadir.

Tabel 1. 1 Event FKBCD Tahun 2019 - 2022

No.	Tahun	Tema	Teknis Pelaksanaan	Jumlah Audiens
1.	2019	Budaya Betawi, Coachella dan Vintage	<i>Offline</i>	500 audiens
2.	2021	Budaya Sunda, Neon dan Charity	<i>Online/ Virtual</i>	1.600 views
3.	2022	<i>Culture Digitalization</i>	<i>Offline</i>	350 audiens

Berdasarkan tabel diatas transisi teknik pelaksanaan *event* dari *offline* ke *online* dan *offline* kembali, jumlah audiens yang berbeda disetiap tahunnya

Tabel 1.2 Event OLAF 5.0 ,6.0, 7.0 tahun 2020-2022

No.	Tahun	Tema	Teknis Pelaksanaan	Jumlah Audiens
1.	2020	Fight Against Insecurity	<i>Online/Virtual</i>	478 audiens
2.	2021	<i>Talkactive and Creative in Digital Media Era</i>	<i>Online/ Virtual</i>	560 audiens
3.	2022	<i>Culture Digitalization</i>	<i>Offline</i>	350 audiens

Sumber (Olahan Pribadi, 2023)

Berdasarkan fenomena diatas peneliti mengasumsikan bahwa transisi acara secara *offline* ke *online* hingga kembali ke *offline*, panitia mampu melaksanakan *event* secara *offline* tetapi dengan jumlah audiens yang lebih banyak pada saat *virtual* hal ini dibuktikan dengan jumlah audiens yang berpartisipasi *event online* lebih banyak dari jumlah audiens secara *offline*. Hal ini sejalan dengan adanya peraturan *event* yang dilaksanakan oleh penggiat *event*, berpengaruh pada jumlah audiens menjadi target pengunjung yang hadir pada konser *offline*.



Gambar 1.2 Event MENEFFESTO 2022 Unpar

Sumber: www.manajemen.unpar.ac.id (Diakses pada 28 Agustus 2023)

Di tahun 2022 *event* sejenis dilaksanakan oleh *event* MENEFFESTO 2022 yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Katholik Parahyangan Bandung, seperti *event* Swashatara 2022 *event* ini diselenggarakan setiap tahun. *Event* yang diselenggarakan dengan teknis acara secara *hybrid* yaitu *offline* dan *online*, ini dilaksanakan pada tanggal 6-9 Desember 2022 dan 10-11 Desember 2022 di

Cihampelas Walk dengan tema event “Sustainable Development Goal (SDG) 12 yaitu “Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung jawab.”. Pelaksanaan event Menefesto 2022 dilaksanakan kembali pada saat era *new normal*, dan juga konsep acara yang sama dengan Swashatara 2022 yaitu webinar dan festival juga konser musik.

Strategi Event Management pada event Swashatara berfungsi untuk mengetahui bagaimana suatu event dinilai efektif pada saat persiapan acara hingga akhir acara dari mulai tujuan acara, menentukan target audiens serta menganalisis apa kekuatan dan kelemahan hingga peluang dan ancaman terkait acara tersebut. Menurut Asrori (2016) strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana garis besar tindakan yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang ditentukan. Strategi merupakan sebuah rencana yang menggambarkan cara optimal dalam pemanfaatan sumber daya yang berguna untuk meningkatkan efektivitas dan efesiensi dalam mencapai tujuan suatu kegiatan seperti yang diungkapkan Rahmah Johar (2016). Keberhasilan suatu event dinilai dari bagaimana proses dalam kegiatan acara, bagaimana pengaruh audiens dalam segi pengetahuan atau sikap maupun perilaku sehingga menimbulkan interaksi pada audiens dan event tersebut.

Dengan adanya strategi event tersebut maka O’Toole & Mikolaitis (2006) menyebutkan bahwa tujuan dari adanya perencanaan suatu event yaitu merencanakan tugas - tugas yang akan dilakukan maka dari itu perubahan-perubahan dan permasalahan yang tidak terduga mampu dihadapi dengan sebuah cara yang terfokus.



Gambar 1.3 Peraturan Event Swashatara

Sumber: Instagram @swashatara2022

(diakses pada 25 Februari 2023, 19.54)

Ada beberapa regulasi dalam peraturan selama berlangsungnya konser, yaitu dengan wajib menaati protokol kesehatan, sebagaimana yang tertera pada PERATURAN WALI KOTA BANDUNG NOMOR 5 Tahun 2022 Pasal 20 poin 2 yang berisi tentang peraturan mengenai konser di Kota Bandung: “Kegiatan / Aktivitas *event* dan/atau konser seni/musik/budaya diperbolehkan dengan menerapkan protokol kesehatan pencegahan dan pengendalian penyebaran COVID-19 secara ketat.” Dengan adanya peraturan tersebut maka pengunjung *event* juga panitia wajib menaati regulasi yang berlaku seperti penggunaan masker selama *event* dan sertifikat sudah melakukan vaksin.

Kemunculan pandemi COVID-19 memberikan dampak besar bagi penggiat *event*, seperti yang diungkapkan Banerjee & Rai (2020) COVID-19 merupakan pandemi global yang berdampak pada aspek sosial, akibat dari terjadinya perubahan hubungan interpersonal sehingga tidak hanya menjadi persoalan medis semata. COVID-19 merupakan termasuk kedalam keluarga virus yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan dengan gejala penyakit infeksi pernapasan, seperti flu biasa hingga penyakit serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat atau *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Sehingga menurut Zakaria & Wijaya (2022) industri musik mendapat pukulan paling telak saat pandemi. Dengan itu menjelaskan bahwa *event* menjadi salah satu sektor yang terdampak pandemi COVID-19. Dengan adanya transisi *new normal* penggiat *event* diberikan peluang untuk bangkit dari keterpurukan. Menurut Febrianty (2021) *new normal* merupakan tatanan hidup baru dengan menjaga produktivitas ditengah-tengah pandemi COVID-19.

Pemulihan dampak pandemi COVID-19 terus didorong oleh Menparekraf dalam sektor *event*. Dilansir dari *website* resmi <https://kemenparekraf.go.id>, Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa konser musik sudah bisa jalan dengan protokol kesehatan yang benar-benar ketat dan disiplin. Dengan berbagai kebijakan baru selama era *new normal* maka ada beberapa hal yang mempengaruhi manajemen *event* serta teknis acara untuk menyesuaikan kebijakan pemerintah untuk terlaksananya *event* Swasthata 2022. Kemenparekraf mengatakan bahwa “sekitar 34 Juta Masyarakat Indonesia bergantung pada perhelatan *offline event* yang dilarang saat pandemi untuk diselenggarakan.”

Pada Penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Strategi Manajemen *Event* Oleh IAAS LC IPB Dalam *Event ICC Goes to External*” oleh (Tsakila & Lestari, 2022) memfokuskan proses *event management* nya dengan teknis pelaksanaan *online* webinar pada saat pandemi COVID-19. Pada penelitian terdahulu tidak dijelaskan secara detail definisi strategi dan strategi yang digunakan oleh *event ICC Goes to External* (IGTE). Maka Peneliti berfokus pada proses *event management* menggunakan teori (Goldblatt, 2013) secara teknis pelaksanaan *event* dengan strategi *event* yang digunakan oleh Swashatara 2022, dengan transisi dari era pandemi covid-19 ke *new normal* dengan teknis acara secara *offline*.

Kegiatan *event* di era *new normal* memiliki ciri khas pada transisi berlangsungnya *event* maupun persiapan *event*, juga regulasi pada pelaksanaan acara. Ketertarikan peneliti yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis ingin meneliti lebih lanjut dengan mengangkat penelitian berjudul “(STRATEGI MANAJEMEN ACARA SWASHATARA 2022)” dengan mengacu pada Teori Manajemen *Event* menurut Joe Goldblatt, (Goldblatt, 2013:73) Manajemen *event* terdiri dari lima tahapan yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, evaluasi. Penelitian dilakukan dengan paradigma konstruktivisme melalui pendekatan studi kasus.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, penulis menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana proses manajemen *event* Swashatara 2022?
2. Bagaimana strategi yang digunakan dalam *event* Swashatara 2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan di atas, penulis menentukan tujuan dari pertanyaan pada penelitian ini yaitu untuk dapat mengetahui

1. Untuk mengetahui proses manajemen *event* Swashatara 2022
2. Untuk Mengetahui strategi yang digunakan *event* Swashatara 2022 dalam menjalankan tahapan manajemen *event*.

1.4 Manfaat Penelitian

Ilmu yang diterima oleh peneliti ini yaitu bermanfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bagi civitas akademik khususnya pada program studi *Digital*

Public Relations, perspektif Manajemen *Event* memberikan gambaran pada praktik kehumasan, sehingga komunikasi sangat diperlukan pada koordinasi hingga informasi, menerapkan nilai – nilai manajemen suatu acara yang berkaitan dengan kehumasan.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Kegunaan pada bidang teoritis dengan pendekatan ilmu *public relations* pada bidang manajemen *event* juga teori lainnya yang terkait.

a. Bagi Kepanitiaan Swashatara

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Kepanitiaan Swashatara agar bisa menerapkan unsur dan nilai pada manajemen *event* hingga ilmu kehumasan. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk kepanitiaan selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

Data dan Ilmu yang didapatkan penelitian ini juga ilmu yang didapatkan saat perkuliahan dapat bermanfaat bagi peneliti memahami metode, konsep dan teori dalam melakukan penelitian. Sehingga penelitian dapat menjadi salah satu syarat peneliti untuk mendapatkan gelar Sarjana Hubungan Masyarakat Digital di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait strategi *event management* yang menjadi sumber referensi kepada instansi atau kepanitiaan dengan menyusun proses *event management* dan strategi *event management*. Teruntuk pihak lain yang sedang mempelajari mengenai manajemen *event* atau membentuk sebuah acara *offline* di era *new normal* maupun endemi.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.3 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Tahapan	Waktu /Bulan							
		2022			2023				
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret	Apr	Mei
1	Persiapan mencari judul dan topik penelitian								
2	Penelitian lapangan								
3	Proses penyusunan Bab 1, 2, dan 3								
4	Desk Evaluation								
5	Revisi								
6	Penelitian dan pengumpulan data wawancara								
7	Pengelolaan Bab 4 dan 5								
8	Sidang Skripsi								

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2022)