

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri di bidang Event sangatlah marak, mengutip dari artikel Industry.co.id, Mohamad Ario Adimas selaku Wakil Presiden dari Marketing Locket.com menyatakan bahwa di antara data yang terkumpul ada sekitar 300 – 400 event pertahunnya, dan pada tahun 2018 ada sekitar 5.000 event yang terlaksana di seluruh Indonesia. Industri bidang event ini mulai berkembang dengan cukup pesat di Indonesia sedari tahun 1990an. Bisnis ini menjadi salah satu target pengembangan bagi Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata terutama di daerah yang memiliki banyak tempat wisata dan turis yang berkunjung seperti Bali, Jawa Timur, dan Jawa Barat. Dalam proses perkembangannya, bisnis event menggunakan fasilitas dan infrastruktur kegiatan pariwisata untuk menyelenggarakan sebuah event, hal inilah yang menyebabkan industri ini seringkali dianggap memiliki keterkaitan dengan bidang pariwisata (Any Noor, 2009). Event, sebagai pilar utama dalam dinamika industri tersebut, tidak hanya menjadi sekedar aktivitas, melainkan pintu gerbang menuju pengalaman mendalam bagi para partisipan. Melalui pembahasan di atas, maka dari itulah pentingnya mengetahui apa itu sebuah event.

Event secara definisi merupakan suatu kegiatan yang melibatkan individu atau kelompok dan masyarakat dan dilakukan untuk memperingati hal penting di dalam kehidupan. Event merupakan sesuatu yang dilakukan oleh orang-orang dengan waktu dan tujuan tertentu, yang dilakukan di luar aktivitas dalam kehidupan kita sehari-hari. Ada banyak cara event diselenggarakan dan diproduksi, namun dalam setiap acara akan ada suatu niat untuk membuat atau membentuk pengalaman kolektif bagi para partisipan atau audiens yang menikmati acara tersebut.

Salah satu praktisi yang dihormati dalam bidang event adalah Professor Joe Jeff Goldblatt. Beliau menerima penghargaan *Lifetime Achievement* dari *International Special Events Society* yang pertama kalinya untuk pelayanan kepada industri ini. Dalam bukunya yang berjudul *Special Event* (2020), Goldblatt menyatakan bahwa event sejatinya memiliki beberapa kategori yang salah satunya yaitu merupakan Event Istimewa, dalam buku yang sama, Goldblatt pun juga menyatakan bahwa kata “Event Istimewa” pertama kali digunakan dalam sebuah acara yang diselenggarakan oleh

Walt Disney pada tahun 1955 dalam acara pembukaan Disneyland di Anaheim, California untuk menggambarkan suasana dan kegiatan di Disneyland yang megah saat itu.

Terdapat beberapa jenis dari Event Istimewa yang dikemukakan oleh Goldblatt, salah satu yang sedang sangat digemari oleh masyarakat saat ini adalah Event Hiburan yaitu konser atau festival musik. Hal ini dibuktikan dengan data statistik pada tahun 1999 hingga tahun 2014, penjualan musik dalam bentuk fisik seperti kaset atau piringan hitam turun drastis yaitu sebesar 44 persen sebagai akibat dari pembajakan yang marak terjadi, sebaliknya yang terjadi pada event musik yang pendapatannya utamanya berasal dari tiket penjualan, terus meraih keuntungan. Sebuah jaringan lembaga profesional asal Inggris yaitu *price waterhouse coopers*, membuat prediksi bahwa event musik ini mendapatkan keuntungan sebesar sekitar 428,82 triliun rupiah (Wahyudi, 2019).

Maraknya penyelenggaraan event hiburan berupa konser musik membuat masyarakat di dunia menjadi antusias, hal ini dapat dilihat dari artikel (Barus, 2019), Mohamad Ario Adimas kembali menyatakan bahwa penjualan tiket pertunjukan musik pada tahun 2017 ke 2018 mengalami kenaikan, dengan rincian naik sebesar 500%. Hal menjadi bukti bahwa konser/festival musik bisa merupakan salah satu event yang memiliki banyak peminatnya. Menurut pemikiran Any Noor (2009), Event dengan jenis ini menimbulkan perkembangan yang semakin banyak di setiap negara sehingga meningkatkan jumlah agensi penyelenggara acara yang muncul untuk menyelenggarakan acara hiburan ini. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini, banyak agensi dan promotor pun sering memanfaatkan teknologi untuk membuat acara dengan konsep dan ide yang berbeda dan unik pada setiap acaranya dengan tujuan menghibur masyarakat.

Studi yang dilakukan oleh Brooks O'Halloran dan Magnin (2007) mengemukakan bahwa seorang penyelenggara festival musik atau yang kerap disebut dengan event organizer berperan sebagai konektor utama antara *stakeholder* dan menjadi elemen penting untuk bisa mengembangkan festival musik menuju keberagaman. Dalam buku yang sama, Menurut Goldblatt dalam buku *Special Event*, (2020), perencanaan acara adalah sebuah profesi yang membutuhkan sekumpulan massa dengan tujuan untuk selebrasi, edukasi, pemasaran, dan reuni melalui acara yang direncanakan. Berdasarkan definisi diatas maka dapat diambil bahwa profesi Event Organizer memiliki fungsi yang penting bagi keseluruhan acara dan peserta

yang mengikuti acara tersebut. Dan apabila dikelola secara baik dan profesional, maka usaha ini pun dapat menjadi prospek usaha yang menjanjikan.

Agar dapat menjadi sebuah prospek yang menjanjikan, maka profesionalisme seorang event organizer sangatlah penting bagi sebuah acara yang mereka lakukan, karena tentunya tidak ada satupun event organizer yang ingin adanya masalah pada event yang sudah direncanakan yang dapat membuat acara mereka kacau atau bahkan gagal terselenggara. Maka dari itu, diperlukannya beberapa manajemen resiko dan implementasinya untuk meminimalisir resiko yang ada pada sebuah acara.

Afifah, dalam (Kholik et al., 2021) ada beberapa hal yang bisa menjadi faktor untuk mengancam keberhasilan suatu event. Pertama, adalah kesalahan manusia yang sulit untuk dihindari apabila kurangnya hati-hati dan pengawasan. Kedua, kondisi alam yang tidak bisa diprediksi. Ketiga adalah respon dari masyarakat sekitar, namun hal ini sebenarnya bisa diatasi dengan perizinan yang jelas dan penuh pertanggungjawaban. Keempat adalah perilaku kriminal yang meskipun tampak sepele, namun tetap penting, karena hal ini akan memiliki pengaruh pada kenyamanan tamu. Kelima, persepsi negatif tamu atau pengunjung yang bisa saja terlihat di depan mata ataupun yang tidak terlihat.

Maka dari itu, penting untuk bisa mendapatkan *feedback* agar bisa mengumpulkan saran dan masukan dari pihak yang ikut merasakan pengalaman event. Salah satu contoh kasus dari sebuah acara yang gagal yaitu adalah tragedi AACC (Asia Africa Cultural Center) di Bandung pada tahun 2008. Dilansir dari (Shalihah & Wedhaswary, 2020), tragedi yang menewaskan 11 orang ini dapat terjadi sebagai akibat dari massa yang membludak karena penonton luar yang tidak dapat tiket memaksa masuk, ditambah dengan kapasitas gedung yang seharusnya hanya untuk 400 orang sedangkan massa di tempat ada sekitar 1000 orang. Dari acara ini terjadi dua dari lima hal yang dijabarkan oleh Afifah, yaitu Kesalahan manusia dan tindakan kriminal.

Hal lainnya yang dapat menjadi alasan batalnya suatu acara adalah bencana atau yang kerap disebut dengan *force majeure*, salah satu dari bentuk bencana ini adalah pandemi dengan skala nasional maupun global. Pada akhir tahun 2019, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa Corona Virus Disease atau Covid-19 muncul pertama kali di kota Wuhan, dimana Komite Kesehatan Kota Wuhan mengeluarkan pernyataan mengenai penyakit pneumonia yang penyebabnya tidak diketahui. (Hanoatubun, 2020) Sejak itu persebaran COVID-19 semakin meluas ke seluruh dunia. Virus ini merupakan virus yang memiliki tingkat penularan cukup

tinggi. Virus ini dapat menular melalui percikan yang keluar saat seseorang yang terinfeksi batuk, bersin atau sekedar berbicara saat berada dekat dengan orang lain (Aditia, 2021).

Menurut data yang didapatkan melalui situs resmi WHO atau Organisasi Kesehatan Dunia yaitu www.who.int disebutkan terdapat total 6.720.181 kasus pasien positif terinfeksi virus Covid-19 yang ada di Indonesia hingga tanggal 1 Januari 2023.

Sebagai akibat dari peningkatan jumlah kasus yang tersebar dalam jangka waktu singkat menyebabkan banyak negara memilih untuk menerapkan sistem *Lockdown*. Hal ini memiliki berbagai dampak yang sangat luas bagi seluruh masyarakat, ekonomi, dan sosial di seluruh penjuru dunia. *Lockdown* sendiri memiliki arti yaitu menutup akses dari segala penjuru di seluruh lapisan masyarakat secara penuh, hal ini menyebabkan aktivitas ekonomi suatu negara akan lumpuh. Beberapa dampak lockdown bagi Indonesia adalah terjadinya PHK kepada 1,5 juta karyawan di seluruh Indonesia, Impor pada Triwulan I turun sebesar 3,7 persen, Inflasi pada bulan maret 2020 naik sebesar 2,96 persen, dan penurunan kunjungan turis sebesar 6.800 per (Hastuti et al., 2020).

Pandemi dan penerapan sistem *lockdown* menyebabkan kerugian di berbagai bidang pasar global dan industri secara drastis, salah satunya terjadi pada industri sektor hiburan. Beberapa acara besar yang dimundurkan atau dibatalkan sepenuhnya karena dikhawatirkan dapat meningkatkan angka penyebaran virus Covid-19 ini seperti South by Southwest 2020, Olimpiade Tokyo 2020, Coachella Valley California 2020, dan Burning Man (Setyaramadani, 2022) Dapat dikatakan bahwa selama masa pandemi, industri bidang event dan pariwisata terbilang mati suri, karena tuntutan terhadap sektor tersebut masih ada namun tidak adanya massa untuk menikmati hal tersebut.

Pandemi mengakibatkan kerugian pada industri event sebesar 666 juta dollar hingga bulan April 2020, dan kepada sekitar 83 Juta peserta event yang dirugikan karena seluruh event di dunia dibatalkan atau dijadwalkan ulang (Coudriet, 2020) Akibat dari pandemi ini yang memakan waktu tidak sebentar, banyak tuntutan bagi Event Organizer di seluruh dunia untuk berkembang dan mencari inovasi baru agar mereka dapat bertahan dan tetap eksis di dunia hiburan, karena terhitung cukup banyak agensi event organizer yang gulung tikar akibat tidak bisa beradaptasi, pernyataan ini didukung dengan data penelitian yang dilakukan oleh Madray pada Tahun 2020. Penelitian tersebut menghasilkan data bahwa 90% bisnis pariwisata mengalami

pembatalan, sekitar 107 perusahaan event mengalami kerugian sebesar 1 crore rupee atau yang senilai 1,84 miliar rupiah, dan sekitar 97 perusahaan berusaha bertahan hidup dengan berhutang pada investor atau stakeholder.

Untuk beradaptasi dengan kondisi ini, berbagai strategi dibuat dengan tujuan agar Event Organizer dapat bertahan. Strategi menurut definisi merupakan proses pengaturan rencana yang terstruktur dan pengembangan aksi untuk dapat meraih visi dan capaian melalui roadmap atau pedoman yang dikembangkan agar sesuai dengan capaian hingga akhir (Kholik et al., 2021). Oleh karena dampak yang dialami oleh pihak Event Organizer, maka masing-masing dari pihak event organizer menyiapkan strategi dan inovasi agar mereka dapat tetap eksis dalam dunia hiburan dan event seperti contohnya yaitu dengan membuat beberapa alternatif event atau acara yang diubah konsep pelaksanaannya.

Event Organizer menurut Renald Kasali dalam (Hafidz, 2017) memiliki definisi yaitu sebuah bisnis yang menerapkan konsep manajemen secara konsisten dan memiliki hubungan dengan dunia entertainment sedalam-dalamnya. Mengutip pada Setyaramadani (2022), Event Organizer adalah wujud dari sebuah kelompok yang memiliki tujuan yang sama dan menjaga eksistensinya dengan tidak hanya memiliki struktur yang jelas namun juga mementingkan kekompakan dan integritas kerja yang dimiliki. Pada sumber yang sama yaitu buku Konsep Dasar Event Organizer, dilanjutkan bahwa Event Organizer sendiri memiliki beberapa klasifikasi yang dapat dilihat dari besar dan jenisnya.

1. Berdasarkan besarnya, terdapat *mega event*, *hallmark event*, *major event*, dan *minor event*
2. Berdasarkan Jenisnya, terdapat sport event, entertainment, event marketing dan promosi, dan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*)

MCM Live Production adalah salah satu Event Organizer ternama di Indonesia. Perusahaan ini sudah ada sejak tahun 2005 dan didirikan oleh Rudy Iriawan, seseorang yang sudah berkecimpung dan memiliki pengalaman dalam dunia Event selama 18 tahun. MCM dapat menyelenggarakan berbagai jenis acara seperti konser atau festival musik yang mendatangkan beberapa band luar negeri prestisius seperti Paramore pada tahun 2018, dan NoiceFest pada tahun 2017. Salah satu proyek terbaru yang dilakukan oleh MCM adalah membuat acara untuk memperingati Ulang Tahun Adhi Karya pada tahun 2024. Seperti perusahaan Event Organizer pada umumnya, perusahaan ini

sempat menemui kendala saat Pandemi dimana pada saat itu tidak bisa membuat event dalam bentuk apapun, namun setelah Endemi perusahaan ini kembali bergerak dan kembali membuat event konser.

Konser 30 Tahun Dewa-19 merupakan sebuah acara untuk memperingati dan mengapresiasi atas karya dari band legendaris Dewa-19. Acara ini berlangsung pada tanggal 5 Maret 2023, tidak lama setelah Lockdown akibat pandemi diangkat. Konser ini memiliki tema yaitu Pesta Rakyat yang memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman unik kepada penikmat musik di berbagai generasi. Pada acara ini terdapat band-band yang berada di bawah Republik Cinta Manajemen juga ikut tampil sebagai pembuka sebelum Dewa-19 tampil di puncak acara. Acara ini diangkat menjadi studi kasus karena persiapan dan persetujuan untuk mengadakan acara ini terjadi disaat Lockdown diangkat oleh pemerintah yaitu pada bulan Desember 2022.



GAMBAR 1.1 ANNOUNCEMENT PESTA RAKYAT DEWA-19

Sumber: Instagram MCM diposting pada tanggal 9 Januari 2023 (diakses pada tanggal 3 April 2024 pukul 18.15)

Gambar 1.3 merupakan sebuah pengumuman yang di unggah pada feeds Instagram @mcm.event yang memberi informasi bahwa Dewa-19 akan hadir di Bandung pada bulan Maret.

Berdasarkan jurnal penelitian sebelumnya dengan judul *“Impacts of a health crisis on music festivals: a qualitative approach”* pada tahun 2021, pada bagian

kesimpulan dan batas penelitian terdapat saran untuk penelitian selanjutnya yaitu untuk mengkaji lebih dalam pada internal sebuah Event Organizer dalam menghadapi pandemi.

Pada penelitian sebelumnya dengan judul “Eksistensi Java Jazz sebagai Event Musik di Indonesia”, dimana fokus penelitian tersebut ada pada bagaimana proses manajemen acara pada Event Organizer Java Festival Production sebagai penyelenggara acara Java Jazz Festival yang masih mempertahankan eksistensinya dengan secara rutin menyelenggarakan acara Java Jazz Festival setiap tahunnya selama 14 tahun. Ruang lingkup yang dimiliki pada penelitian ini adalah sebuah event tahunan dengan skala besar yang diselenggarakan selama tiga hari.

Berdasarkan celah tersebut, maka peneliti akan berfokus pada proses pengelolaan acara yang dilaksanakan secara offline pada saat pandemi baru saja selesai COVID-19 dengan tetap mengacu pada konsep event management (Goldblatt, 2014).

Selanjutnya, peneliti juga mempertimbangkan pentingnya inovasi strategi dan implementasi manajemen selama dan setelah pandemi Covid-19, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang bagaimana Strategi Manajemen Acara pada MCM Live Production Pasca-Pandemi dengan segala hambatan dan kesulitan yang mereka alami saat pandemi Covid-19.

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Alasan metode penelitian ini menggunakan studi kasus adalah dikarenakan objek yang ingin diteliti sudah terjadi, dan untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka peneliti memutuskan untuk menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara mendalam. Prediksi hasil yang akan didapatkan oleh peneliti adalah mengetahui bagaimana tahapan pengelolaan acara dari Event Organizer MCM Live Production Pasca-Pandemi.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut, yaitu:

Untuk menganalisis bagaimana tahapan pengelolaan acara pasca-pandemi pada MCM Live Production pada acara Pesta Rakyat Dewa-19 Bandung.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka pertanyaan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana pengelolaan acara MCM Live Production pasca-pandemi pada acara Pesta Rakyat Dewa-19 Bandung?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan pengetahuan yang lebih rinci berkaitan dengan kegiatan pengelolaan acara dalam kajian studi Ilmu Komunikasi dan diharapkan dapat menjadi pengembangan untuk penelitian lebih lanjut kedepannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi objek penelitian yaitu yaitu MCM Live Production, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan serta bahan evaluasi sehingga dapat meningkatkan juga memperbaiki efektivitas juga sarana dalam pembuatan event kedepannya.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan berupa deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada informan kunci dan informan pendukung yang memiliki keterkaitan dengan manajemen acara. Kemudian data akan dianalisis kemudian dijabarkan menggunakan metode deskriptif. Penelitian akan dilaksanakan di Jakarta, bertempat di Jalan Merpati Raya No.88 Ciputat, Banten, Indonesia.

Waktu dan periode penelitian akan dilaksanakan dan dijabarkan pada tabel 1.1 berikut:

TABEL 1.1 RINCIAN WAKTU PENELITIAN

No.	Kegiatan	Bulan
------------	-----------------	--------------

		Agst 2023	Sept 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Juni 2024
1	Penentuan topik penelitian dan observasi.											
2	BAB I											
3	BAB II											
4	BAB III											
5	Desk Evaluation											
6	Penyusunan BAB IV & BAB V											
7	Sidang Skripsi											