

## **BAB I**

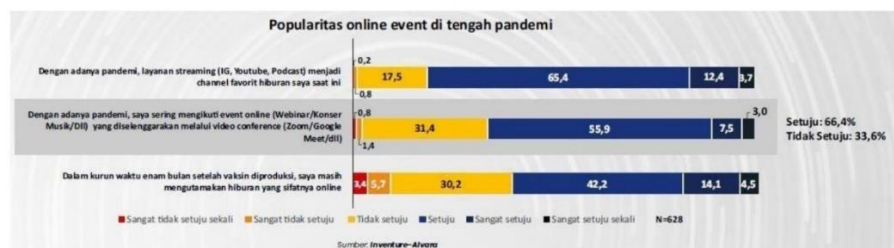
### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pembatasan jarak fisik atau lebih sering disebut dengan *physical distancing* sudah berlangsung sejak adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan banyak aktivitas secara tatap muka harus dibatasi, hal ini terjadi pada hampir seluruh aspek kehidupan seperti ekonomi, pendidikan, keagamaan, sosial dan segala kegiatan yang menyebabkan kerumunan. Akan tetapi kehidupan terus berjalan dan masyarakat diharuskan untuk beradaptasi dengan kondisi yang ada. *Physical distancing* juga menyebabkan adanya perubahan sistem dalam menjalankan kegiatan yang biasanya dilakukan dalam satu lingkup secara bersama – sama seperti halnya dalam bekerja yang biasanya dilakukan bersama dalam satu lingkungan bahkan ruangan yang sama saat kebijakan ini berlaku dialihkan menjadi bekerja dari rumah (*work from home*) dimana komunikasi dan koordinasi dilakukan menggunakan aplikasi komunikasi virtual. Tidak hanya bekerja, proses belajar mengajar juga menerapkan hal serupa dengan pembelajaran jarak jauh, bahkan beberapa kegiatan keagamaan juga menggunakan sistem serupa dengan memanfaatkan layanan virtual (*digital services*) berupa Gmeet, Zoom, Youtube Live, maupun aplikasi komunikasi virtual lainnya. Namun pada pelaksanaannya tidak hanya bekerja, belajar dan beribadah saja yang dilakukan secara jarak jauh tetapi hampir semua kegiatan yang melibatkan banyak massa seperti layanan pemeriksaan

kesehatan, berbelanja, silaturahmi bahkan penyelenggaraan acara (*event*) juga dialihkan menggunakan layanan virtual atau daring (*online*).

*Physical distancing* ini membuat banyak orang menghabiskan waktunya di dalam rumah dan mengganti kegiatan hariannya secara *online* sehingga banyak perusahaan yang memanfaatkan momen tersebut dengan mengadakan *online event*. *Online event* menjadi salah satu bentuk penyesuaian perusahaan untuk beberapa tujuan beberapa diantaranya yaitu untuk menunjukkan eksistensinya di masa pandemi, di mana banyak perusahaan yang tidak dapat beradaptasi dengan kondisi ini berakhir dengan gulung tikar, selain itu melalui *online event* ini perusahaan melakukan sebuah inovasi dalam mempromosikan *brand*-nya secara *online* dengan jangkauan yang lebih luas.



Gambar 1.0 Popularitas Online *Event* di Masa Pandemi oleh Inventure Alvara 2020

Sumber : <http://newslab.uajy.ac.id/2020/12/20/maraknya-virtual-event-selama-pandemi-berkat-physical-distancing/> diakses 19 Januari 2022, 14.53 WIB

Pada 2020 lalu, Inventure Alvara melakukan survei popularitas *online event* di masa pandemi dengan hasil sebanyak 66,4% dari 628 responden yang sering mengikuti *online event*. Hal ini menunjukkan antusias masyarakat yang cukup besar dalam mengikuti *online event* selama pandemi

dan cukup membuktikan bahwa *online event* cukup efektif sebagai alternatif penyelenggaraan *event* di masa pandemi. *Virtual event* dapat diselenggarakan melalui beberapa platform media sosial secara *live* seperti Youtube, Instagram, Zoom atau website yang sudah terintegrasi dengan sistem dalam waktu bersamaan sehingga lebih mudah diakses. Dengan sistem ini peserta tidak perlu pergi ke tempat acara dan dapat menghemat biaya akomodasi dan waktu (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13643/Virtual-Event-Salah-Satu-Solusi-di-Masa-Pandemi.html> diakses 20 Januari 2022, 19.49 WIB). Dengan beberapa kemudahan tersebut konsep *online event* diprediksi akan tetap ada bahkan cenderung meningkat di tahun 2022. Hal ini disebabkan karena beberapa alasan diantaranya:

1. Kenyamanan, hal ini didasari oleh *online event* yang dinilai lebih nyaman untuk semua pihak, mulai dari penyelenggara, pengisi acara atau pembicara hingga peserta karena lebih mudah untuk dijadwalkan dan dihadiri daripada acara tatap muka.
2. Tingkat kepuasan, berdasarkan survei Global Kultura sebanyak 73% peserta merasa puas dengan pengalaman virtual mereka dan sebanyak 93 % peserta merasa bahwa perusahaan penyelenggara *event* berhasil melakukan perubahan acara tatap muka menjadi acara virtual dengan baik.
3. Hemat biaya, dilihat dari pihak penyelenggara konsep ini dinilai lebih menghemat biaya produksi karena penyelenggara tidak perlu menyewa *venue*, tidak perlu memesan penginapan untuk tamu dan tidak perlu

mengeluarkan biaya untuk transportasi tamu. Sedangkan dari sisi peserta untuk menghadiri *online event* biayanya menjadi lebih murah karena tidak perlu mengeluarkan biaya untuk transportasi dan akomodasi, hal ini dapat menghemat waktu peserta sehingga dalam satu hari dapat menghadiri beberapa *online event* sekaligus.

4. Konten yang menarik menjadi salah satu alasan *online event* akan terus meningkat, *online event* memberikan lebih banyak kesempatan bagi peserta untuk terlibat langsung dengan pemateri dalam diskusi teknis atau sesi tanya jawab. (<https://vcube.co.id/4-alasan-mengapa-virtual-event-di-2022-akan-terus-meningkat/> diakses 21 Januari 2022, 12.35 WIB)

Salah satu perusahaan yang mengadakan *online event* saat pandemi Covid-19 yaitu Radian *Mind and Body Development Center*. Dimana Radian merupakan biro konsultasi psikologi yang terletak di Yogyakarta yang menyediakan layanan psikoterapi, konseling individu dan kelompok untuk semua kategori usia secara *online* maupun *offline* yang sudah beroperasi sejak Juli 2020. Selain itu, Radian juga selalu mengadakan *online event* dengan tema yang berbeda setiap bulannya. Setiap bulannya Radian melakukan dua sampai tiga rangkaian program untuk setiap *event*-nya diantaranya seminar *online* (*webinar*), *workshop*, *talkshow* Instagram Live dan *positive campaign* dengan kombinasi yang berbeda. Semua *event* yang diselenggarakan Radian mengangkat tema yang berkaitan dengan psikologi dan dapat diikuti oleh berbagai kalangan tergantung bentuk kegiatannya.

*Event* Radian sudah rutin dilakukan sejak Agustus 2020 yang dilakukan secara online, mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi.

Salah satu *online event* yang diselenggarakan yaitu Radian Festa merupakan *event* yang diselenggarakan oleh Radian *Mind and Body Development Center* dalam rangka memperingati hari jadi Radian yang pertama pada bulan Juli 2021. Radian Festa diselenggarakan selama satu bulan dengan berbagai rangkaian acara diantaranya webinar, *virtual support group*, *workshop art therapy*, *positive campaign*, *individual e-counselling* dan berbagi buku karya Radian *Mind and Body Development Center*, semua kegiatan dapat diikuti secara gratis.

Peringatan hari jadi pertama biro psikologi yang berada di Yogyakarta pada tahun 2021 tidak hanya diselenggarakan oleh Radian *Mind and Body Development Center* tetapi juga oleh Payung Qalbu dan Sejiwa Psikologi, dimana Payung Qalbu melaksanakan kegiatannya pada bulan Juni 2021 dengan kegiatan *live sharing* melalui Instagram, sedangkan Sejiwa Psikologi menyelenggarakan konseling gratis pada bulan April 2021. Dibandingkan dengan kedua biro tersebut Radian menyelenggarakan lebih banyak rangkaian program selama satu bulan.

Dengan beberapa rangkaian program yang dilaksanakan pada satu *event*, manajemen *event* menjadi hal yang sangat penting agar tujuan dari penyelenggaraan dapat tercapai. Terlebih *online event* Radian Festa merupakan acara perayaan yang pertama bagi Radian *Mind and Body Development Center* sehingga banyak hal yang perlu dipersiapkan untuk meminimalisir kesalahan dan kegagalan dalam pelaksanaan. Dengan

manajemen *event* yang baik kesalahan atau hambatan dapat diminimalisir dan menghasilkan *event* yang maksimal sehingga semua pihak yang terlibat dapat mendapatkan manfaatnya, melalui kegiatan tersebut akan terbangun sebuah kepercayaan pada suatu *brand* antara penyelenggara dan audiens (Yasmin, 2019). Dengan rangkaian program yang diselenggarakan selama satu bulan tentu menjadi pengalaman yang akan menjadi evaluasi untuk pengelolaan *event – event* yang akan diselenggarakan kedepannya.

Penelitian terdahulu yang serupa mengenai manajemen *event* diantaranya yaitu penelitian yang berjudul “Analisis Manajemen *Event Telkom University Virtual Run 2020*” oleh Hafifah Irliani dan Anisa Dianti yang dimuat dalam *e-Proceeding of Management: Vol.8 No. 5* (2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui secara detail dan mendalam bagaimana konsep lima tahapan manajemen *event Telkom University Virtual Run 2020*. Menggunakan konsep lima tahap manajemen *event* oleh Joe Goldblatt penelitian ini mengemukakan bahwa pada setiap tahapan diantaranya 1) *Research* dilakukan dengan panitia melakukan observasi atau terjun langsung untuk mengikuti event/kegiatan sejenis; 2) *Design* dilakukan dengan menentukan konsep dan tema yang menarik dengan tema kebudayaan Jawa Barat; 3) *Planning*, tahap ini rencana sebagai strategi untuk menggaet minat peserta dilakukan melalui *live* Instagram ; 4) *Coordinating*, dimana panitia melakukan koordinasi dengan pihak – pihak yang bekerjasama melalui aplikasi komunikasi virtual; 5) *Evaluating*,

dilakukan melalui Zoom Meeting setelah acara ditutup untuk mengetahui kekurangan *event* sebagai catatan pada event selanjutnya.

Penelitian serupa yang kedua yaitu oleh Melaprilya Anggun Tafarannisa, Nursilah Nursilah, Deden Haerudin dengan judul “Manajemen *Event Choreonire Vol. 9: Time To Bloom* Di Masa Pandemi Covid-19” yang dimuat dalam Jurnal Seni Tari Vol. 10 No. 2 (2021). Penelitian dilakukan untuk mengetahui proses manajemen *event* serta terapan 4 pilar kesuksesan jangka panjang manajemen *event*. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus agar mendapat data yang empiric, rinci dan mendalam mengenai potret kondisi *event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom*. Penelitian ini menunjukkan bahawa proses manajemen *event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom* sanggar tari Gigi *Art of Dance* dijalani dengan baik melalui 5 tahap, yaitu *researching*, *designing*, *planning*, *coordinating* dan *evaluating*, serta memenuhi penerapan 4 pilar kesuksesan jangka panjang manajemen *event*, diantaranya dari segi *time*, *finance*, *technology* dan *human resource skills*. *Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom* sanggar tari Gigi *Art of Dance* menjadi inovasi baru dan menjadi pendorong bagi semua orang untuk tetap memaksimalkan potensi serta meningkatkan kemampuan dalam menghadapi tantangan untuk mengadakan *event* seni pertunjukan yaitu seni tari, khususnya di masa pandemi Covid-19 yang masih terjadi hingga taun 2021. (Tafarannisa, M.A., Nursilah, N., Haerudin, D., 2021)

Penelitian yang ketiga berjudul “Proses Manajemen Virtual Event di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus The 43<sup>rd</sup> Jazz Goes To Campus

Virtual Festival Universitas Indonesia)” oleh Fariza Maulana Isyak dan Dimas Satrio Wijaksono dari Universitas Telkom yang dimuat dalam *e-Proceeding of Management*, Vol.8 No.6 (2021). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan paradigma interpretatif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bagaimana proses manajemen *event* yang dilakukan oleh panitia *Jazz Goes to Campus* dalam *event The 43<sup>rd</sup> Jazz Goes To Campus Virtual Festival* untuk mengatur dan mengelola jalannya acara dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Berbeda dengan ketiga penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki keunikan dimana peneliti mencoba untuk mengetahui manajemen *event online* Radian Festa pada Radian *Mind and Body Development Center* tahun 2021.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen *event online* Radian Festa pada Radian *Mind and Body Development Center* tahun 2021?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen *event online* Radian Festa pada Radian *Mind and Body Development Center* tahun 2021.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharap dapat memberi manfaat kepada pihak – pihak yang terkait secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa informasi mengenai manajemen *event online* Radian Festa pada Radian *Mind and Body Development Center* tahun 2021. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai topik – topik berkaitan, baik yang bersifat melanjutkan maupun melengkapi dan memberi manfaat sebagai masukan materi dalam pembelajaran selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan peneliti dalam menggunakan pengetahuan dan wawasan tentang manajemen event pada teori – teori komunikasi yang dipelajari terhadap masalah – masalah aktual.

- b. Bagi Radian *Mind and Body Development Center*

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan pada Radian dalam mengambil keputusan kedepannya berkaitan dengan manajemen *online event*.

## E. Kajian Teori

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori sebagai acuan untuk memahami konsep yang akan digunakan, beberapa teori tersebut, diantaranya :

### 1. Manajemen *Event*

Menurut Noor (2013) dalam Kurniawan (2017) manajemen *event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal – hal penting, baik secara individu atau kelompok pada waktu tertentu. Di sisi lain manajemen *event* menurut Tarafannisa, Nursilah & Haerudin (2021) yaitu suatu proses pengorganisasian kegiatan penting yang dilakukan secara professional untuk tujuan tertentu.

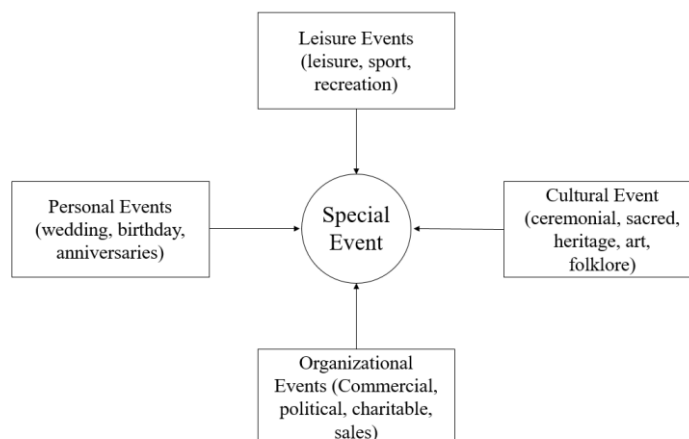
Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen *event* merupakan kegiatan untuk memperingati hal penting dengan waktu yang tertentu dan pengorganisasian yang baik dalam pembentukan sebuah *event* agar *event* yang diselenggarakan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. *Event* juga merupakan salah satu alat yang digunakan oleh *Public Relations* untuk membangun komunikasi eksternal perusahaan dengan menanamkan citra yang positif kepada publik dan hal tersebut dapat membangun reputasi baik untuk perusahaan. Akantetapi, untuk mencapai tujuan tersebut sebuah *event* harus dikelola dengan baik melalui manajemen *event*.

*Event* Radian merupakan salah satu kegiatan yang dimanfaatkan sebagai alat untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan membangun citra baik melalui program – programnya yang edukatif dan

interaktif. Dengan tujuan yang jelas *event* yang diselenggarakan dikelola melalui manajemen *event* yang dilakukan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan untuk mencapai tujuan diselenggarakannya *event*, selain itu evaluasi juga dilakukan untuk menilai apakah *event* sudah berjalan sesuai dengan rencana, apakah tujuan diselenggarakan *event* sudah tercapai dan apa saja kekurangan dari penyelenggaraan agar dapat menjadi bahan pertimbangan *event* sejenis selanjutnya.

## 2. Jenis – Jenis *Event*

Dalam manajemen *event*, kata *event* diartikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh individu atau kelompok untuk memperingati suatu peristiwa dengan tujuan tertentu (Noor, 2017: 8). *Event* sendiri menurut Shone dan Parry (2002) dalam Noor (2017:9) mengelompokkan *event* menjadi empat kategori atau unsur, diantaranya sebagai berikut:



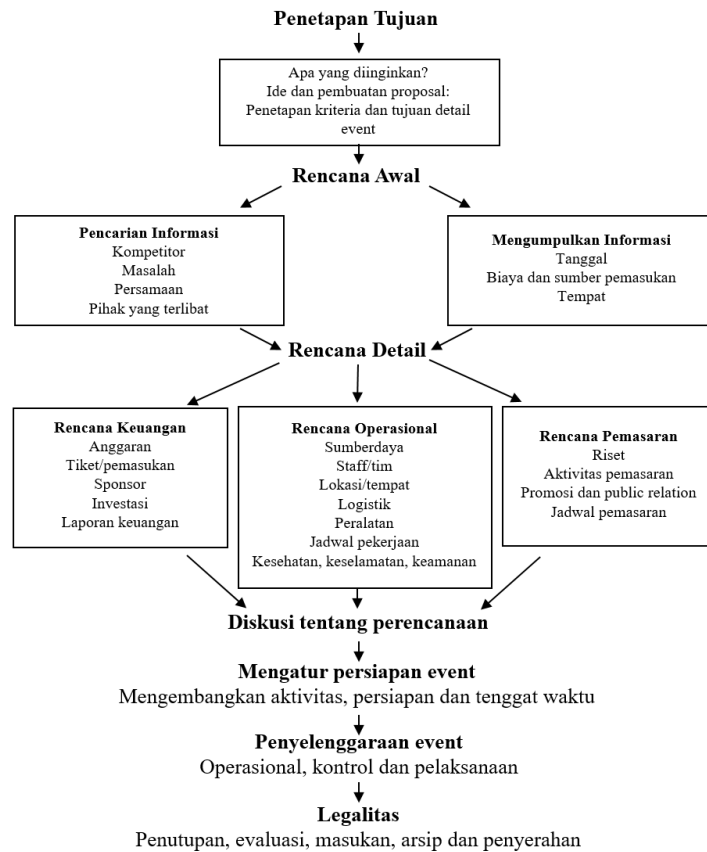
Bagan 1.0 Kategori *Special Events*

Sumber: Shone dan Parry (2002) dalam Noor (2017: 9)

- a. *Leisure event*, merupakan *event* yang memiliki unsur pertandingan keolahragaan di dalamnya dan mendatangkan banyak pengunjung.
- b. *Personal event*, merupakan segala bentuk kegiatan yang melibatkan anggota keluarga atau teman.
- c. *Cultural event*, merupakan kegiatan yang berkaitan dengan budaya dan selalu identik dengan upacara adat serta tradisi yang memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat, sehingga penyelenggaraannya menjadi sangat penting.
- d. *Organizational event*, merupakan kegiatan besar pada setiap organisasi. Bentuk *event* yang diselenggarakan disesuaikan dengan tujuan organisasi.

### 3. Tahapan dalam Manajemen *Event*

Dalam mengelola suatu kegiatan diperlukannya sebuah strategi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Penetapan strategi diawali dengan sebuah perencanaan agar kegiatan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target. Berikut merupakan tahapan dalam manajemen *event* menurut Shone dan Parry (2002) dalam Noor (2017: 129), diantaranya:



Bagan 1.1 Proses Rencana Penyelenggaraan *Events*  
Sumber: Shone dan Parry (2002) dalam Noor (2017: 135)

a. Penetapan tujuan

Proses perencanaan *event* dimulai dengan menentukan tujuan yang dapat diterima dengan jelas oleh setiap tim yang akan terlibat dalam pelaksanaan *event*. Tujuan diselenggarakannya *event* dapat berupa: pembelajaran, pertukaran pikiran, sosialisasi, peringatan, hiburan, mempromosikan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan sebagainya. Dalam penetapan tujuan, jenis kegiatan yang akan diselenggarakan sudah dipastikan.

b. Rencana awal

Rencana awal penyelenggaraan dimulai dengan dua tahap yaitu, mencari informasi tentang *event* yang akan diselenggarakan dan mengumpulkan informasi yang berhubungan.

Proses pencarian informasi dilakukan untuk melihat kelayakan dari rencana penyelenggaraan *event* tersebut. Hal ini bertujuan untuk melihat apakah penyelenggaraan *event* membawa dampak yang bermanfaat atau tidak. Penyelenggara juga perlu mengetahui kemungkinan dari dampak yang ditimbulkan oleh *event* yang diselenggarakan, sehingga penyelenggara dapat mengantisipasi masalah yang akan timbul dan meminimalisir dampak negatif sekecil mungkin. Selain itu perencanaan akan selalu berhubungan dengan keterikatan pihak penyedia barang dan jasa yang mendukung terlaksananya *event*, sehingga perlu memasukkan pihak pendukung sejak awal dalam proses perencanaan.

c. Rencana detail

Tahap selanjutnya adalah menuangkan rencana ke dalam perencanaan yang lebih detail. Pada penyelenggaraan *event*, biasanya terdapat tiga bagian pokok, yaitu bidang keuangan, bidang operasional dan bidang pemasaran.

Pada bidang keuangan dilakukan rencana detail tentang keuangan. Termasuk di dalamnya penyusunan anggaran *event*, menentukan jumlah tiket yang akan dijual dan menentukan berapa pemasukan yang diharapkan dari *event*. Selain itu juga

memperkirakan dan menentukan siapa saja yang akan menjadi sponsor dan apakah diperlukan sponsor pada event tersebut. Menentukan seberapa besar investasi yang dibutuhkan untuk penyelenggaraan *event* tersebut dan rencana terakhir juga meliputi pembuatan laporan keuangan *event*.

Bidang operasional *event* menyusun rencana operasional seluruh kebutuhan penyelenggaraan *event*. Termasuk di dalamnya kebutuhan akan sumberdaya, staf dan tim yang akan terlibat. Mulai dari keterampilan dan kemampuan yang diharapkan, harus sudah disusun sejak rencana ditetapkan. Tempat penyelenggaraan *event* juga menjadi hal yang harus dipersiapkan secara matang. Bagian pemasaran nantinya akan berhubungan dengan jumlah pengunjung atau peserta pada *event*. Jumlah pengunjung akan dipengaruhi oleh bagaimana informasi mengenai *event* sampai kepada sasaran yang tepat. Perencanaan pada perencanaan *event* dimulai dengan melakukan riset, kemudian menyusun aktivitas pemasaran agar dapat ditentukan cara promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang tepat.

d. Diskusi tentang perencanaan

Tahap selanjutnya adalah berdiskusi dengan anggota tim. Setiap anggota tim akan bekerja sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini juga perlu didiskusikan terkait rencana cadangan karena banyak hal tak terduga yang bisa saja terjadi

sehingga saat pelaksanaan *event* dilaksanakan semua anggota tim sudah siap dengan tugasnya masing – masing.

e. Mengatur persiapan *event*

Pada tahap ini dilakukan pengaturan persiapan *event* dengan berpedoman dengan tujuan dan tenggat waktu yang telah ditetapkan. Sehingga pelaksanaan *event* dapat berjalan sesuai dengan rencana.

f. Penyelenggaraan *event*

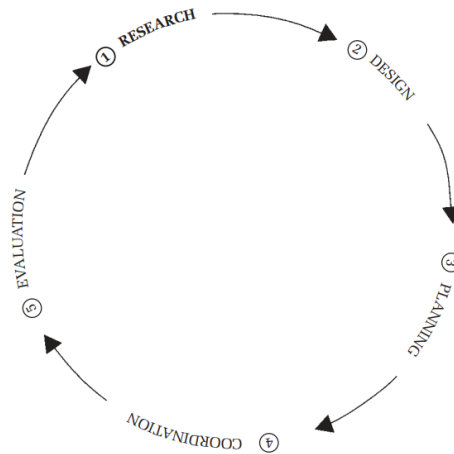
Pada tahap ini, operasional penyelenggaraan diharapkan sesuai dengan rencana yang telah dibuat, sehingga diperlukan kontrol yang baik dari masing – masing ketua tim atau penanggung jawab di bidangnya.

g. Legalitas

Tahap terakhir proses perencanaan yang perlu diperhatikan yaitu legalitas akan ijin yang diberikan oleh pihak – pihak yang berhubungan dengan *event*. Pada tahap akhir perlunya dilakukan evaluasi terhadap penyelenggaraan *event*, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah *event* dengan jenis yang sama dapat diselenggarakan pada masa yang akan datang, atau apakah *event* tersebut perlu dirubah formatnya.



Selanjutnya menurut Goldbatt (2001: 36–56) membagikan tahapan dalam manajemen *event*, diantaranya sebagai berikut:



Bagan 1.2 Proses Manajemen *Event*  
Sumber: Goldblatt (2001: 36)

a. *Research* (Riset)

Riset dilakukan untuk menentukan siapa yang akan menjadi target pasar, serta menentukan kebutuhan, keinginan dan harapan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam, penyelenggara dapat melihat tren yang sedang berkembang dan mengembangkan sistem penyediaan layanan baru serta memecahkan masalah kecil sebelum menjadi besar. Pada tahap riset dapat dilakukan menggunakan metode kualitatif untuk menentukan informasi demografis, menggunakan metode kualitatif untuk mendalami makna tersembunyi dalam studi kuantitatif, dan metode penelitian gabungan.

b. *Design* (Desain)

Pada tahap ini dilakukan *brainstorming* dan pemetaan pikiran. Dimana *brainstorming* bertujuan untuk menemukan ide – ide baru yang nantinya akan ditindaklanjuti sebagai tema dan konsep *event*, *brainstorming* dilakukan dengan melibatkan kreativitas dari anggota yang terlibat yang kemudian akan dilanjutkan dengan pemetaan pikiran. Pemetaan pikiran merupakan tahap mengumpulkan ide – ide yang sudah diusulkan dan nantinya akan mengarah pada pengambilan keputusan yang logis dan mulai membangun filosofi *event* yang mencakupi keunangan, sosial, budaya dan aspek penting lainnya dalam pelaksanaan sebuah *event*.

Setelah dilakukan *brainstorming* dan pemetaan pikiran, kemudian dilanjutkan dengan memastikan bahwa ide – ide kreatif sesuai dengan tujuan dan sasaran dari *event* yang akan diselenggarakan.

c. *Planning* (Perencanaan)

Pada tahap ini panitia mulai merumuskan strategi – strategi yang kemudian siap untuk diimplementasikan dan melengkapi sumber daya yang diperlukan untuk penyelenggaraan *event* diantaranya penganggaran waktu yang dipakai untuk penyelenggaraan karena hal ini akan berkaitan dengan biaya yang diperlukan. Selain itu pemilihan tempat (*venue*) juga dilakukan dengan salah satu pertimbangan utamanya yaitu usia dan jenis tamu yang akan hadir. Dan poin terakhir yaitu tempo, dengan pertimbangan setiap tindakan

dilakukan pada waktu terbaik, akan tetapi menetapkan tempo yang tepat bukanlah ilmu pasti oleh karenanya harus memiliki informasi dan sumber daya yang cukup untuk mengimplemantasikannya, sebagai pertimbangan perlunya memahami kebutuhan peserta untuk membantu membentuk dan mengatur tempo selama acara berlangsung.

d. *Coordination* (Koordinasi)

Pada tahap ini tempo semakin cepat dan panitia dihadapkan pada koordinasi aktivitas setiap menit demi menitnya. Saat mengoordinasi suatu *event* diperlukan juga untuk membuat keputusan yang benar yang akan memengaruhi hasil keseluruhan acara.

e. *Evaluation* (Evaluasi)

Pada tahap ini evaluasi terhadap penyelenggaraan *event* dapat dilakukan dengan metode *review* secara menyeluruh atau per-sesi mulai dari riset hingga berakhirnya *event*. Evaluasi dapat dilakukan dengan beberapa metode, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Survei tertulis, merupakan metode yang paling umum digunakan, evaluasi model ini dilakukan segera setelah *event* berakhir, untuk mengumpulkan tingkat kepuasan peserta.
- 2) Penggunaan monitor, melibatkan pemantau yaitu orang terlatih yang mengamati elemen acara memberikan respon secara tertulis dan lisan kepada manajer acara, pemantau biasanya memiliki daftar periksa atau survei untuk diselesaikan dan

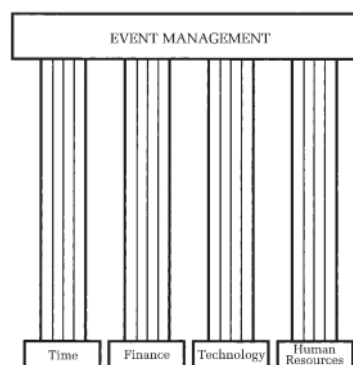
kemudian akan memberikan komentar tambahan jika diperlukan.

- 3) Survei telpon atau surat yang dilakukan beberapa hari setelah acara, hal ini untuk mengetahui apakah sikap peserta telah berubah dan berkembang setelah beberapa waktu berlalu sejak berpartisipasi dalam *event* yang diselenggarakan.
- 4) Survei sebelum dan sesudah acara, survei ini membantu panitia untuk mencocokkan harapan dengan kenyataan peserta.

Terlepas dari bentuk evaluasi yang digunakan, evaluasi sendiri dilakukan untuk menilai keberhasilan event dan kelebihan – kekurangan dari setiap tahapan yang telah dilakukan sehingga dapat menjadi acuan untuk *event* yang akan diselenggarakan berikutnya.

#### 4. Landasan Kesuksesan dalam Manajemen *Event*

Dalam mengelola sebuah *event* diharapkan sebuah keberhasilan dan kesuksesan untuk mencapai tujuan diselenggarakannya *event*. Menurut Goldbatt (2001: 21–25) terdapat empat landasan untuk menuju kesuksesan sebuah manajemen *event* diantaranya:



Gambar 1.1 Pendekatan Empat Pilar: Landasan Untuk Sukses  
Sumber: Goldbatt (2001: 21)

a. Waktu (*Time*)

Salah satu elemen terpenting dalam manajemen waktu yang efektif adalah kemampuan memanfaatkan waktu secara efektif dengan membedakan antara yang mendesak dan apa yang penting.

b. Keuangan (*Finance*)

Praktik keuangan yang baik untuk mengontrol *event* dapat berguna juga di masa depan dengan lebih baik dengan mengumpulkan dan menganalisis informasi yang tepat untuk membuat keputusan yang bijaksana.

c. Teknologi (*Technology*)

Menguasai teknologi merupakan hal yang penting dalam melaksanakan sebuah *event*. Pemilihan alat yang tepat dapat digunakan untuk memecahkan masalah. Alat – alat tersebut mencakup program perangkat lunak untuk pengolah kata, manajemen keuangan dan manajemen basis data. Terdapat prosedur untuk menggunakan teknologi yang tepat sesuai dengan kebutuhan dalam manajemen *event*, diantaranya:

- 1) Mengidentifikasi kebutuhan teknologi dalam organisasi
- 2) Meninjau dan memilih teknologi yang sesuai
- 3) Menetapkan jadwal pelaksanaan
- 4) Memberikan pelatihan yang memadai untuk semua personel
- 5) Meninjau kebutuhan secara sistematis dan beradaptasi dengan teknologi baru

d. Keterampilan Sumber Daya Manusia (*Human Resources Skills*)

Memberdayakan orang merupakan salah satu hal terpenting yang perlu dilakukan dalam mengadakan sebuah *event*. Terdapat ribuan keputusan yang harus dilakukan untuk menghasilkan sebuah acara yang sukses, maka diperlukan adanya pemberdayaan yang baik agar dapat membuat keputusan yang tepat.

Kesuksesan dan keberhasilan dalam manajemen *event* memiliki poin yang berbeda – beda tergantung pada jenis kegiatan yang diselenggarakan, akan tetapi keempat pilar diatas dapat dijadikan fondasi untuk mencapai kesuksesan yang konsisten.

5. Virtual/*Online Event*

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi banyak hal salah satunya dalam penyelenggaraan *event*. Dengan memanfaatkan teknologi, *event* yang biasanya dilaksanakan dalam satu tempat dalam satu waktu dan dihadiri banyak orang saat ini sudah dapat dilaksanakan ditempat terpisah, sehingga peserta tidak perlu hadir dan berkumpul disuatu tempat (*venue*). Disaat pandemi Covid-19 metode ini semakin banyak digunakan oleh penyelenggara sebagai alternatif dalam menyelenggaraan *event*, mengingat kebijakan pembatasan sosial yang masih diberlakukan sehingga tidak dapat mengumpulkan banyak masa pada satu tempat dan menimbulkan kerumunan. Banyak ragam *event* yang dialihkan secara *event* diantaranya seminar, konser musik, kompetisi, workshop atau pelatihan bahkan pameran.

Menurut Cvents (2020) *virtual event* adalah *one where individuals experience the event and its content online rather than gathering in-person*. Yang berarti *virtual online* merupakan pengalaman individu dalam mengikuti sebuah acara dengan konten *online* dari pada berkumpul bersama. *Virtual event* bukan merupakan pengganti dari *event* yang dilaksanakan secara tatap muka langsung, tetapi merupakan tipe baru atau alat untuk mengembangkan *event*. Menurut Vcube (2021) Istilah *hybrid event* juga digunakan untuk konsep acara yang menggabungkan antara pertemuan secara fisik dan virtual (<https://vcube.co.id/tren-hybrid-event-di-2021/> diakses 03 Februari 2022, 18.06 WIB).

Dalam buku elektronik Cvent (2020) menjelaskan ada empat tipe *virtual event*, diantaranya:

a. Webinar

Webinar biasanya berlangsung 45 sampai 80 menit. Penyelenggaraan secara virtual atau *online* memungkinkan peserta dari seluruh dunia untuk bergabung. Kegiatan yang diselenggarakan dapat berbayar menggunakan pembayaran *online* ataupun ditawarkan secara gratis. Menggunakan layanan video konferensi, webinar memungkinkan dilakukannya tanya jawab, siaran langsung maupun merekam jalannya acara. Karena bersifat edukatif, webinar berkembang dengan kehadiran 100% virtual.

b. *Virtual Conferences*

Sama seperti konferensi tatap muka, konferensi virtual juga disusun dengan agenda yang cukup kompleks seperti *keynotes*, pembagian sesi, istirahat dan lainnya. Konferensi virtual yang mencakup beberapa sesi membutuhkan keterlibatan antar peserta. Meskipun tidak seefektif seperti pada acara tatap muka, konferensi virtual memungkinkan peserta untuk melihat *keynote* secara *real-time*, membangun agenda mereka sendiri secara relevan, konten yang sesuai dengan keinginan dan berinteraksi dengan peserta lain.

c. *Internal Hybrid Event*

Digunakan untuk berbagi pesan ke seluruh perusahaan ketika tidak semua karyawan berkumpul ditempat yang sama. Meskipun baik untuk menghadirkan semua karyawan, tetapi hal ini akan memakan biaya dan memakan waktu. Sehingga pilihan terbaik yaitu menyelenggarakan acara yang dilaksanakan dengan sebagian secara tatap muka atau fisik dan sebagian lagi secara virtual.

d. *External Hybrid Events*

Hampir sama dengan *internal hybrid event* akan tetapi *external hybrid event* diadakan untuk orang – orang di luar organisasi. Hal ini membutuhkan tingkat produksi video yang lebih tinggi sehingga peserta virtual mendapatkan hal yang sama dengan peserta yang datang secara langsung. *Event* ini juga memungkinkan peserta yang tidak dapat melakukan perjalanan untuk bergabung dalam *event* yang diselenggarakan.



## F. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimode, bersifat alami dan holistik (Yusuf, 2014: 329). Menurut Bungin (2009: 6) tahapan penelitian kualitatif dilakukan melalui berbagai tahapan berpikir kritis-ilmiah, di mana peneliti memulai berpikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta atau fenomena – fenomena sosial, melalui pengamatan di lapangan, kemudian menganalisisnya dan kemudian berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati.

Beberapa ciri utama penelitian deskriptif dijelaskan dalam Yusuf (2014: 63) yang dapat membedakannya dengan jenis penelitian yang lain, diantaranya:

- a. Memusatkan pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang, atau masalah/kejadian yang aktual dan berarti.
- b. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan situasi atau kejadian secara tepat dan akurat, bukan untuk mencari hubungan atau sebab akibat.

### 2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah *Event* Radian Festa pada Radian Mind and Body Development Centre tahun 2021.

### 3. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor Radian *Mind and Body Development Center* di Jln. Ibu Ruswo No 35, Ndalem Yudonegaran, Prawirodirjan, Gondomanan, Yogyakarta

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

#### a. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2017:186). Sedangkan definisi wawancara menurut Gorden, 1992 dalam Herdiansyah (2019:29) yaitu percakapan antara dua orang dimana salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu. Menambahkan definisi wawancara yang disampaikan oleh Herdiansyah dimana wawancara merupakan sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang, atas dasar ketersediaan dan dalam *setting* alamiah, sehingga peneliti harus terjun langsung ke lingkungan subjek, dengan arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan kepercayaan sebagai landasan utama, dimana kepercayaan terbangun secara

alamiah tanpa adanya paksaan, dengan demikian kepercayaan akan menentukan kesahihan data yang disampaikan oleh subjek. Validitas dan reliabilitas data juga bergantung kepada kepercayaan yang terbangun dalam proses wawancara yang dilakukan (Herdiansyah, 2019:31).

Berbeda dengan wawancara lainnya, wawancara mendalam dilakukan berkali – kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bungin, 2009:108). Metode wawancara mendalam memiliki perbedaan dengan metode wawancara pada umumnya menurut Bungin (2019: 108 – 110), diantaranya:

- 1) Peran pewawancara, dalam wawancara mendalam pewawancara berperan aktif agar wawancara dapat berjalan dengan baik, terkendali dan tidak mengganggu informan.
- 2) Tujuan wawancara, segala bentuk upaya wawancara yang dilakukan selalu bertumpu pada tujuan dari penelitian. Termasuk terus mengembagkan tema – tema wawancara baru di lokasi, akantetapi senantiasa terikat dengan tujuan – tujuan dilakukannya wawancara.
- 3) Peran informan, dalam wawancara peran infroman tetap menjadi sentral, walaupun kadang informan berganti – ganti dan sudah menjadi tugas pewawancara untuk teteap menajga agar

peran informan selalu dapat berfungsi sebagaimana perannya dalam proses sosial yang sebenarnya.

- 4) Cara melakukan wawancara, dalam wawancara mendalam wawancara dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu penyamaran dan terbuka. Penyamaran dilakukan dengan pewawancara menyamar sebagai anggota masyarakat pada umumnya dan hidup dan beraktivitas dengan wajar dengan orang yang diwawancarai. Sedangkan wawancara terbuka dilakukan dengan informan mengetahui kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang bertugas melakukan wawancara dilokasi penelitian.
- 5) Catatan harian, menjadi hal penting yang perlu diperhatikan dalam wawancara mendalam adalah tersedianya kesempatan dan waktu untuk melakukan pencatatan harian saat melakukan wawancara atau setelah wawancara. Catatan harian menjadi penting karena catatan inilah yang akan dijadikan bahan analisis data.

Pada penelitian ini wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi yang mendalam tentang bagaimana manajemenn *event online* yang dilakukan Radian *Mind and Body Development Center* dalam event Radian Festa 2021.

Menurut Warwick-Lininger, 1975 dalam Bungin (2009: 373) beberapa hal yang perlu dan diperlukan dari sumber informasi dalam wawancara diantaranya:

- 1) Kemampuan memahami/menangkap pertanyaan dan mengolah jawaban dari pertanyaan yang diajukan pewawancara.
- 2) Karakteristik sosial (sikap, penampilan, relasi/hubungan) sumber informasi.
- 3) Kemampuan untuk menyatakan pendapat.
- 4) Rasa aman dan percaya diri.

Dengan keadaan dan kriteria di atas, setiap sumber informasi akan dapat memberikan jawaban yang tepat dan bermanfaat.

Pada wawancara yang akan dilakukan, peneliti akan memilih informan dengan kriteria yaitu pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan *event*, mulai dari perencanaan, implementasi sampai evaluasi.

#### b. Studi dokumentasi

Menurut Guba dan Lincoln, 1981 dalam Moleong (2017:216) Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis ataupun film (berbeda dengan *record*) yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dimana *Record* didefinisikan sebagai pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting.

Dokumen digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan meramalkan (Moleong, 2017:217).

Menurut Guba dan Lincoln, 1981 dalam Moleong (2017:217) Dokumen digunakan untuk keperluan penelitian karena beberapa

alasan yang dapat dipertanggung jawabkan diantaranya sebagai berikut:

- 1) Dokumen digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong.
- 2) Berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian.
- 3) Sesuai dengan penelitian kualitatif karena sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, lahir dan berada dalam konteks.
- 4) Dokumen harus dicari dan ditemukan.
- 5) Tidak reaktif sehingga sukar ditemukan dengan teknik kajian isi.
- 6) Hasil kajian isi ini akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas tubuh pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.

Dokumen biasanya dibagi menjadi dua yaitu dokumen pribadi dan dokumen resmi Moleong (2017:217).

#### 1) Dokumen pribadi

Dokumen pribadi merupakan catatan atau gagasan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman dan kepercayaannya. Maksud mengumpulkan dokumen pribadi yaitu untuk memperoleh kejadian nyata tentang situasi sosial dan arti berbagai faktor di sekitar subjek penelitian. beberapa macam dokumen pribadi yang bukan diminta oleh peneliti untuk

disusun, melainkan memang sudah ada diantaranya buku harian, surat pribadi dan otobiografi.

## 2) Dokumen resmi

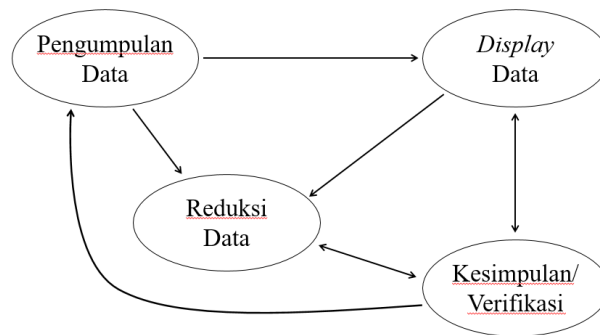
Dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan suatu lembaga masyarakat tertentu yang digunakan dalam kalangan sendiri. Termasuk di dalamnya risalah atau laporan rapat, keputusan pemimpin kantor dan sebagainya. Sedangkan dokumen eksternal berisi bahan – bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial seperti majalah, buletin, pernyataan dan berita yang disiarkan kepada media massa.

## 5. Teknik Analisis Data

Menurut Muri Yusuf, dalam penelitian kualitatif analisis data yang terbaik dilakukan sejak awal penelitian (*on going*). Peneliti tidak boleh menunggu data lengkap terkumpul baru kemudian menganalisisnya. Peneliti sejak awal sudah dapat membaca dan menganalisis data yang terkumpul, baik berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen atau material lainnya secara kritis analitis sembari melakukan uji kredibilitas maupun pemeriksaan keabsahan data secara berkelanjutan (Yusuf, 2014: 400).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data menurut Miles and Hubberman, 1984 dalam Yusuf (2014: 407) dengan

melakukan tiga kegiatan analisis data secara serempak, yaitu: (1) reduksi data (*data reduction*); (2) data display (*display data*); (3) penarikan kesimpulan/verifikasi.



Bagan 1.3 Kompensial Analisis Model Interaktif  
Menurut Miles and Huberman  
Sumber: Yusuf (2014: 406)

a. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, pemisahan dan pentransformasian data “mentah” yang terlibat dalam pengumpulan data. Pada proses reduksi data peneliti harus berpikir kritis dengan kecerdasan, keluasan, kedalaman wawasan yang tinggi. Untuk peneliti pemula dapat dilakukan dengan melakukan diskusi bersama teman atau orang yang dipandang ahli. Melalui diskusi tersebut, maka wawasan peneliti akan berkembang dan menghasilkan data atau nilai temuan dan pengembangan teori yang penting.



b. *Data Display*

*Display* merupakan sekumpulan informasi yang telah tersusun yang memperbolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. *Data display* akan membantu dalam memahami data yang telah diperoleh dari reduksi data dan membantu dalam melakukan analisis lebih lanjut.

c. Kesimpulan / *Verifikasi*

Menjadi catatan penting bahwa antara reduksi data, *display* data dan penarikan kesimpulan merupakan segitiga yang saling berhubungan. Sehingga pada saat melakukan reduksi data pada hakikinya sudah terjadi penarikan kesimpulan dan pada waktu penarikan kesimpulan selalu bersumber dari reduksi data atau data yang sudah direduksi dan juga dari *display* data. Akan tetapi seandainya adanya penambahan data, berarti perlu dilakukan reduksi data, *display* data dan penarikan kesimpulan lagi. Sehingga kesimpulan bisa menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal tapi bisa saja tidak menjawab karena rumusan masalah pada kualitatif masih bersifat sementara dan dapat berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Kesimpulan yang dihasilkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa (1) Deskripsi atau gambaran objek yang dijelaskan melalui uraian kata; (2) Hubungan kausalitas, hubungan sebab-akibat dimana pada penelitian kualitatif hasil penelitian sebelumnya dengan hasil

penelitian yang dilakukan sekarang menunjukkan hasil yang mirip atau sama; (3) Hipotesis atau teori baru.

#### 6. Uji Validasi Data

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan uji validitas data dengan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data ini untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2017:330). Menurut Denzin, 1978 dalam Moleong (2017:330) bahwa triangulasi memiliki empat macam teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik triangulasi sumber, di mana peneliti akan membandingkan hasil wawancara dan studi dokumentasi dalam informasi yang sama untuk memverifikasi hasil penelitian. Adapun menurut Paton, 1987 dalam Bungin (2009: 257) triangulasi dengan sumber data pada metode kualitatif dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang

berpendidikan menengah dan tinggi, orang berada dan orang pemerintahan

- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.