



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

menerapkan tahapan evaluasi melalui *survey interview* dengan komunitas yang berkontribusi terhadap penyelenggaraan *event*, serta melakukan *survey interview* kepada beberapa masyarakat yang berkunjung pada acara Nusatic 2019. Evaluasi juga dilakukan pada internal melalui forum diskusi Nusatic dan *Gold Light Entertainment* serta dengan pihak lainnya.

Hasil evaluasi yang didapatkan kurang efektif karena belum adanya tanggapan yang cukup secara langsung dan mendalam dari setiap perwakilan komunitas seperti keluhan dan saran selama keberlangsungan *event*. Bentuk hasil lainnya, Nusatic mendapatkan *awareness* dari pengunjung dan meningkatnya masyarakat yang ingin bergabung dengan komunitas ikan hias.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dengan penelitian yang berjudul “Strategi *event management* PT Sinar Penata Acara sebagai Wadah Komunitas dengan Studi Kasus *Event Nusatic 2019*” bahwa penelitian ini menggunakan model *event management* menurut Joe Goldblatt dan didukung dengan pendekatan *public relations*.

PT Sinar Penata Acara menggunakan tahapan-tahapan proses *event management* menurut Joe Goldblatt yaitu *research, design, planning, coordination* dan *evaluation*. Tahapan pertama yaitu *research*, PT Sinar Penata Acara melakukan *research* berdasarkan evaluasi dari *event Nusatic* sebelumnya, serta melakukan analisis SWOT untuk mengetahui hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan untuk komunitas atau *target audience* serta mampu mengurangi adanya kegagalan dalam keberlangsungan *event*. Tahapan *design*, PT Sinar Penata acara fokus terhadap ide kreatif sehingga membuat *event* berbeda dari *event* lainnya serta memiliki karakteristik yang unik. Selanjutnya tahapan *planning*, PT Sinar Penata Acara menentukan pemilihan waktu yang menjadi penentuan acara harus disesuaikan berdasarkan ketersediaan pihak-pihak yang terkait agar tidak adanya terhambat dalam penyelenggaraan *event*. Berikutnya tahapan *coordination*, tahapan ini PT Sinar Penata Acara berkordinasi dengan banyak pihak seperti kementerian, vendor acara, komunitas dan pihak lainnya untuk melancarkan keberlangsungan acara yang baik. Terakhir tahapan *evaluation*, PT Sinar Penata Acara menerapkan tahapan evaluasi melalui *survey interview* dengan

komunitas yang berkontribusi terhadap penyelenggaraan *event*, serta melakukan *survey interview* kepada beberapa masyarakat yang berkunjung pada acara Nusatic 2019. Evaluasi juga dilakukan pada internal melalui forum diskusi Nusatic dan *Gold Light Entertainment* serta dengan pihak lainnya

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *event management* PT Sinar Penata Acara sebagai wadah bagi komunitas dengan studi kasus *event* Nusatic 2019. *Event* ini menghadirkan 11 komunitas ikan hias seperti komunitas ikan hias Aci, Louhan, Discuss, Koi, KOKI, Goldfish, Killfish, Betta, Guppy, Manvish, dan komunitas aquascape sehingga dapat menarik kesimpulan bahwa *event* Nusatic sebagai wadah untuk komunikasi interaksi antara komunitas dengan masyarakat, Nusatic juga menjadi wadah bisnis antara komunitas dengan masyarakat yang tertarik dengan ikan hias.

Target audience Nusatic adalah komunitas pecinta ikan hias yang bergabung dengan Nusantara Aquatic maupun nasional atau international. Selanjutnya, masyarakat umum dan masyarakat yang bertempat tinggal disekitar ICE BSD. Masyarakat umum menjadi salah satu *target audience* dalam *event* Nusatic 2019, hal ini karena selain memberikan wadah untuk para komunitas, Nusatic memberikan wadah untuk pembisnis yang berada di sektor perikanan atau kelautan agar dapat bertemu dengan *target audience* serta mampu meningkatkan ekspor dari produk yang dimiliki. Nusatic juga mengedepankan pameran ikan hias, serta dapat mengenalkan kepada masyarakat bahwa ikan hias di Indonesia sangat beraneka ragam, dengan adanya masyarakat diluar komunitas yang hadir diharapkan masyarakat akan menjadi bagian dari Nusatic atau tertarik dengan ikan hias.

Event Nusatic merupakan pameran ikan hias yang telah dilaksanakan sejak tahun 2016, pada tahun 2019 diselenggarakan selama tiga hari berturut-turut, yaitu pada tanggal 29 November 2019 – 01 Desember 2019 yang diselenggarakan di *HALL 1,2 dan 3 Indonesia Convention Exhibition BSD City, Tangerang Selatan*. Nusatic merupakan *branding* ikan hias Indonesia, di dunia International. Indonesia merupakan sumber daya ikan hias yang memiliki potensi menjadi terbesar di dunia dalam produktifitas

Selama *event Nusatic* terselenggara ada beberapa kegiatan seperti adanya seminar atau *talkshow*. Seminar dan *talkshow* dengan berbagai topic yang menarik disajikan secara interaktif dan dikelilingi oleh ikan hias terbaik, lomba ikan hias, pameran ikan hias terbesar di dunia yang dihadiri ribuan orang dari nasional maupun international, lelang ikan hias, bazaar dan adanya *business forum*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Strategi *event management* PT Sinar Penata Acara sebagai Wadah Komunitas dengan Studi Kasus *Event Nusatic 2019*” Serta analisis yang telah dilakukan, saran untuk akademis dan perusahaan, diantaranya sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya bisa membahas lebih mendalam menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat apakah ada pengaruh event terhadap solidaritas dengan hubungan antara komunitas.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis, perlunya perbaikan dalam perencanaan sebuah *event* yang membutuhkan waktu yang cukup agar *event* yang diselenggarakan sesuai dengan strategi yang sudah direncanakan. Selain itu, dalam penentuan publikasi perlu disesuaikan dengan kebutuhan agar saluran media komunikasi dan promosi dapat tersampaikan kepada *target audience*. Terakhir, pada tahapan evaluasi diperlukan evaluasi yang lebih mendalam seperti adanya laporan tertulis, *survey* kuesioner dan forum diskusi antara semua pihak yang berkontribusi ke dalam *event*. Hal ini dilakukan agar *event* selanjutnya dapat terkoordinasi lebih baik dan mengurangi kesalahan dari *event* sebelumnya.