

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event merupakan sebuah pameran, pertunjukan atau festival yang memiliki syarat terdapatnya penyelenggara yang mengadakan pertunjukan, serta dihadiri oleh peserta atau pengunjung. Selain itu *event* juga dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu oleh sebuah organisasi yang mendatangkan orang-orang ke sebuah tempat agar mendapatkan informasi atau pengalaman sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh organisasi tersebut sebagai penyelenggaranya (Kusuma, 2016). Mereka yang bertugas untuk merancang serta menyelenggarakan sebuah *event* disebut dengan *event organizer*.

Event organizer merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang jasa untuk merancang acara mulai dari segi kreatif, persiapan acara, pelaksanaan hingga acara selesai dan membantu klien dalam menyelesaikan serta mewujudkan apa yang klien harapkan atas terselenggaranya acara tersebut. *Event organizer* juga dapat disebut sebagai *event management* karena keduanya sama-sama melakukan perencanaan dan melaksanakan rangkaian dari sebuah *event* (Kusuma, 2016).

Event management merupakan kegiatan profesional dalam mengumpulkan serta mempertemukan sekelompok orang untuk mewujudkan tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni, serta memiliki tanggung jawab dalam mengadakan rancangan atau desain kegiatan, melaksanakannya, serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan (Goldblatt, 2014). Dalam sebuah *event management* diperlukan juga strategi yang tepat agar sebuah *event* dapat berjalan sesuai dengan rencana. *Event management* juga dapat diartikan sebagai sebuah pengorganisasian dari kegiatan yang dikelola atau diselenggarakan secara sistematis, profesional, efisien dan efektif dimana kegiatannya meliputi konsep atau perencanaan hingga pengawasan (Kusuma, 2016). Terdapat beberapa

sub-bidang dalam *event management* yaitu *civic events, expositions, fairs and festivals, hallmark events, hospitality, meeting and conferences, retail events, social life-cycle events, sport events, dan tourism* (Goldblatt, 2014).

Dengan kemampuan dan profesionalisme yang baik dalam *event management*, peluang yang dimiliki oleh *event organizer* sangat besar karena memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan (Kampusnesia, 2018). Hal ini dibuktikan dengan adanya data yang menyatakan pertumbuhan industri *event organizer* mencapai sekitar 15% sampai dengan 20% serta memiliki nilai industri lebih dari Rp500 triliun (Richard, 2019).

Di tengah pandemi Covid-19 yang sedang melanda ini, usaha *event organizer* merupakan salah satu usaha yang mengalami penurunan. Salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan tersebut adalah adanya kebijakan pemerintah yang dikeluarkan seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang membuat ruang gerak dari usaha *event organizer* menjadi terbatas. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil survei “Dampak Wabah Covid-19 Terhadap Industri *Event* di Indonesia” yang menyatakan bahwa industri *event organizer* (EO) dan *meeting, incentive, conference, and exhibition* (MICE) memiliki potensi kehilangan pemasukan dan keuntungan yang diperkirakan mencapai 6,9 triliun rupiah (Ahdiat, 2020). Hal tersebut juga diungkapkan oleh Oktoberi Surbakti selaku Program Director TMP *Event* bahwa terjadi penurunan event ataupun omzet event sebesar 80% dari tahun sebelumnya (Sebayang, 2021). Jumlah pendapatan dari *event organizer* menurun semula 30,16 miliar menjadi 19,64 miliar (Sandria, 2021). Melihat dari permasalahan tersebut, industri *event organizer* dituntut untuk menjadi lebih kreatif serta inovatif untuk mencari jalan keluar dan solusi atas permasalahan yang sedang terjadi sehingga industri *event organizer* ini tetap berjalan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah beralih dari event *offline* menjadi *event online* atau *virtual event*.

Virtual event adalah sebuah *event* atau acara yang dibuat atau diadakan menggunakan sarana media Internet, dilakukan secara online dimana saja dan

kapan saja (Ibnuismail, 2021). *Event* yang pada awalnya diadakan secara tatap muka, kini berubah menjadi *virtual event* dengan menggunakan platform yang lebih inovatif dan memberikan pengalaman yang lebih aman (Sung-Eun, 2021). Terdapat beberapa *virtual event* yang dapat dilakukan yaitu; konser musik, peluncuran produk, webinar, *talkshow*, *workshop* dan lain-lain. Terdapat beberapa keunggulan dari *virtual event* antara lain pertama dalam penyelenggaraannya lebih fleksibel sehingga *virtual event* memiliki daya tarik yang lebih menguntungkan untuk penontonnya. Kedua, dapat mengurangi timbulnya kerumunan di suatu ruangan atau tempat. *Virtual event* biasanya dilakukan dengan memanfaatkan platform media sosial yang ada untuk menampilkan *event* secara *live* seperti *Zoom* atau *website* yang sudah dirancang untuk menayangkan *event* tersebut (Wicaksono, 2021).

Salah satu perusahaan media online di Indonesia yang melakukan bisnis *event organizer* adalah KapanLagi Youniverse yang berdiri sejak 28 Februari 2003. KapanLagi Youniverse melakukan ekspansi dalam bidang *event organizer* guna memberikan layanan promosi iklan bagi klien sehingga dapat menumbuhkan pendapatan perusahaan. Terdapat beberapa *virtual event* yang diselenggarakan oleh KapanLagi Youniverse seperti KapanLagi Korea Festival, Festival Kemerdekaan, dan masih banyak lagi (Penulis, 2021).

Tanggung jawab dalam melaksanakan *event-event* tersebut dimiliki oleh sub-divisi *Event and Brand Marketing*, yang menjadi bagian dari divisi *Marketing Communication*. Penulis tertarik untuk melaksanakan praktek kerja magang di KapanLagi Youniverse karena merupakan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia yang berekspansi di dunia *event organizer*. KapanLagi Youniverse juga merancang dan menjalankan *event* dari klien yang cukup besar seperti Bank BRI, Wardah, Telkomsel, Pepsodent dan masih banyak lagi. Selain itu penulis juga ingin mempelajari dan mendapatkan pelajaran secara langsung mengenai industri *event organizer* terlebih dalam aktivitas *event management* KapanLagi Youniverse dalam menangani *event-event* yang ada. Setelah praktek kerja magang di KapanLagi Youniverse, penulis mendapatkan banyak pengalaman baru yang belum

pernah penulis temukan di mata kuliah *Special Event and Brand Activation*. Selain itu, KapanLagi Youniverse memberikan pelajaran yang nyata mengenai bagaimana merencanakan dan menjalankan sebuah *event*. Beberapa tugas yang dikerjakan adalah dengan membuat *cue card* dan *rundown* tentang *event* yang akan berjalan, melakukan *technical meeting* sebelum *event* berjalan, serta memastikan *event* dapat berjalan dengan baik dan lancar.

1.2 Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini adalah :

- a. Mengetahui dan memahami seputar aktivitas *Event Management* yang dilakukan oleh KapanLagi Youniverse.
- b. Mempelajari perencanaan sebuah *event* yang baik sesuai dengan ilmu yang dipelajari saat kuliah salah satunya mata kuliah *Special Event & Brand Activation*.
- c. Melatih kemampuan bekerjasama dalam tim, mengasah keterampilan dalam berkomunikasi, menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan penulis di KapanLagi Youniverse terhitung selama 60 hari sejak Kamis, 5 Agustus 2021 sampai Jumat, 4 November 2021. Pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan secara *hybrid* yaitu dilakukan melalui *Work From Home* (WFH) dan digabungkan dengan *Work From Office* (WFO) yang disesuaikan dengan kebutuhan. Penulis melanjutkan praktek kerja magang hingga 19 November 2021 untuk memenuhi waktu kerja yang telah ditentukan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Penulis mengirimkan CV kepada pihak KapanLagi Youniverse untuk mengajukan permohonan kerja magang.
2. Penulis dihubungi oleh Hastuti Nurrahayu selaku Human Resources KapanLagi Youniverse untuk di wawancarai dan diberi kabar dapat melakukan kerja magang.
3. Penulis dihubungi oleh Sari Kusuma Pratiwi selaku Event and Brand Communication Manager untuk dapat memulai magang pada tanggal 5 Agustus 2021.
4. Penulis mengajukan permohonan transkrip nilai kepada BIA untuk mengisi KM-1.
5. Penulis mengajukan KM-1 kepada universitas melalui *Google forms* dengan melampirkan transkrip nilai semester 1 sampai dengan semester 7. Setelah itu penulis mendapatkan *email* KM-2 dari universitas.
6. Penulis mengirimkan surat magang dari universitas kepada pihak KapanLagi Youniverse untuk mendapatkan surat penerimaan magang.
7. Penulis mengisi KM-1 melalui *my.umn.ac.id* dengan melampirkan surat penerimaan magang dari KapanLagi Youniverse.
8. Penulis melengkapi formulir Kartu Kerja Magang (KM-03), Kehadiran Kerja Magang (KM-04) dan Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05).
9. Penulis melaksanakan proses kerja magang dibarengi dengan bimbingan bersama dosen pembimbing untuk berkonsultasi mengenai kerja magang.
10. Penulis menyelesaikan masa kerja magang, menyusun laporan magang dan meminta pembimbing lapangan untuk mengisi Penilaian Kerja Magang (KM-06)

11. Penulis meminta dosen pembimbing dan pembimbing lapangan untuk menandatangani Lembar Verifikasi Laporan Magang (KM-07).
12. Penulis mengumpulkan Laporan Magang dan melakukan sidang magang sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.