



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gambar 1.1 Grafik Kenaikan Kasus Positif COVID-19



Sumber: Corona.jakarta.co.id, 2021

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa kasus positif COVID-19 di Indonesia terus mengalami kenaikan. Pada tanggal 1 Januari 2021 total kasus positif COVID-19 di Indonesia adalah 751.270. Angka tersebut terus meningkat hingga pada tanggal 4 Oktober 2021 total kasus positif COVID-19 sudah mencapai angka 4.220.206 di Indonesia. Meningkatnya angka kasus COVID-19 selama satu tahun belakangan ini mendorong pemerintah membuat berbagai kebijakan demi menekan angka penyebaran kasus COVID-19.

Salah satu kebijakan pemerintah dalam upaya menekan angka penyebaran kasus COVID-19 adalah PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Adapun kebijakan PSBB meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum (PMK,

2020). Penerapan PSBB sampai PPKM membawa dampak bagi kegiatan masyarakat, salah satunya kegiatan offline event seperti pameran, konser dan acara yang biasanya mendatangkan banyak pengunjung. Berbagai kegiatan massal di Indonesia ditunda dan bahkan dibatalkan demi mencegah penyebaran COVID-19. Akibatnya, industri penyelenggaraan acara seperti event organizer (EO) dan Meeting, Incentive, Conference and Exhibition (MICE) kehilangan potensi pemasukan yang totalnya diperkirakan mencapai Rp6,9 triliun (Adi Ahdiat, 2020). Event organizer (EO) melakukan berbagai strategi untuk menghadapi kerugian akibat terjadinya COVID-19. Menurut survei Ivendo dan Ipos, strategi paling popular, event organizer mengurangi jam kerja karyawan dan memberhentikan karyawan demi mengurangi kerugian akibat COVID-19. Survei tersebut juga menemukan bahwa sebagian besar perusahaan acara berencana untuk mendiversifikasi produk mereka atau beralih bisnis. Tidak sedikit juga para event organizer yang gulung tikar sepanjang tahun 2020 (Adi Ahdiat, 2020).

Selain berdampak pada sektor MICE, COVID-19 juga membuat perubahan kebiasaan masyarakat dalam bertatap muka. Sepanjang tahun 2020-2012 masyarakat terbiasa melakukan kegiatan tatap muka secara daring. Mulai dari penggunaan teknologi seperti panggilan video sampai dengan kegiatan *meeting* yang menggunakan aplikasi seperti Zoom dan lain sebagainya. Dilansir dari Data Books (2021), jumlah pelanggan salah satu aplikasi panggilan video, yaitu Zoom, mengalami kenaikan selama 12 bulan terakhir sebesar 160%. Pendapatan Zoom tumbuh pesat sejak pandemi virus corona COVID-19. Tahun lalu, grup tersebut mampu meraih penjualan hingga US\$ 2,6 miliar. Kondisi ini terjadi karena banyak orang yang bekerja atau belajar di rumah.

Event pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang unik dilakukan dengan prosesi dan ritual untuk mencapai hasil yang sudah ditentukan (Goldblatt, 2014, p. 40). Perubahan media yang cepat membawa banyak peluang dan tantangan baru bagi industri acara. Dengan munculnya media sosial seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest dan Instagram, para pemain di industri acara dipaksa untuk

beradaptasi dengan menghadirkan konsep yang lebih modern di acara-acara mendatang (Goldblatt, 2014, p. 31). Sebuah acara agar terselenggara serta terorganisir dengan baik membutuhkan kemampuan untuk mengelola tujuan, orang dan tempat yang disebut sebagai manajemen acara (Raj, Walters, & Rashid, 2013, p. 5).

Untuk bertahan di era pademi ini tentunya para *event organizer* harus dapat menyesuaikan diri, salah satunya terhadap pengelolaan *event*. Para *event organizer* melakukan salah satu cara adaptasi yaitu *virtual event* sebagai solusi di era pandemi. Dilansir dari Venuge Magz (2020), *virtual event dan hybrid event* saat ini menjadi tren baru di industri MICE internasional. Ada beberapa *virtual event* yang dilaksanakan di Indonesia seperti Trade Expo Indonesia, Indonesia Climate Change Virtual Expo, Indonesia Local Brand Expo & Hannover Messe 2020.

Hannover Messe merupakan acara pameran industri tingkat internasional. Exhibition pameran dagang terbesar ini, menawarkan pameran untuk teknologi Industri. Acara ini diadakan setiap tahun dan biasa diselenggarakan oleh Deutsche Messe. Deutsche Messe merupakan perusahaan atau ahensi yang berasal dari Jerman yang membantu menyelenggarakan acara Hannover Messe dan didirikan pada tahun 1947. Setiap tahunnya Deutsche Messe membantu dalam penyelenggaraan Hannover Messe. Pada tahun ini Indonesia berpartisipasi sebagai Official Country Partner Hannover Messe 2020: ASEAN versi digital pertama dan didukung oleh 156 peserta pameran yang terdiri dari kementerian, badan usaha milik negara (BUMN), universitas dan badan usaha milik negara. Acara ini berlangsung pada tanggal 12 April hingga 16 April tahun 2021, di Indonesia. Hannover Messe juga digadang sebagai pembuktian kepada dunia mengenai kesiapan manufaktur Indonesia dalam penerapan teknologi industri 4.0.

Hannover Messe ini seharusnya diselenggarakan pada tahun 2020 namun karena adanya pandemi maka acara ini baru bisa berlangsung pada tanggal 12-16 April 2021. Dalam penyelenggaraan acara ini pihak GoodGuy dibantu oleh pihak pihak lain seperti GMS dan Deutsche Messe. Acara ini merupakan pameran teknologi

manufaktur industri skala internasional yang rutin dilaksanakan setiap tahun oleh negara Jerman sebagai inisiator dan dilakukan di berbagai negara. Adapun acara itu berupa memamerkan aneka inovasi *startup*, teknologi informasi (IT), robotika, energi, kendaraan listrik dan produk teknologi terbaru lainnya.

Dilansir dari Kompas.com (2021) Indonesia menjadi negara mitra resmi (*official partner country*) dalam perhelatan bergengsi Hannover Messe yang digelar pada bulan April 2021. Keikutsertaan Indonesia dalam ajang tersebut menjadi peluang bagi Tanah Air untuk memperkenalkan kemampuan teknologi industri 4.0 nasional sekaligus mendorong terjalinnya hubungan dengan jejaring rantai suplai global.

GoodGuy Production merupakan perusahaan yang bergerak di bidang rumah produksi dan *event organizer*. GoodGuy sendiri memiliki berbagai kompetitor seperti Silver Sea Media & EventX. Pada awalnya rumah produksi ini melayani jasa video *production*, *live stream* dan *event organizer*. Namun dikarenakan dampak pandemi COVID-19, GoodGuy Production mulai melebarkan sayap ke ranah jasa pengelolaan *event* yang dimana berbentuk *virtual event* atau bukan *offline event*. Salah satu *virtual event* yang dikelola adalah Hannover Messe 2020

Perubahan pola kegiatan pameran di era pademi membuat peneliti tertarik untuk mencari tahu bagaimana strategi pengelolaan *event* dalam *virtual event* ini. Penyelenggaran ini juga berbeda dengan pameran biasanya dimana pada awalnya dibuat *offline exhibition* dan sekarang berubah menjadi *online exhibition*. Tentunya terdapat perbedaan besar antara *experience event offline & experience event online*. Pihak GoodGuy yang biasa menangani *event offline* tentunya akan mengalami perbedaan salah satunya pemecahan kendala dalam suatu acara. Salah satu contoh, jika dulu sebuah *event organizer* memikirkan berapa banyak orang yang datang, mungkin disaat pada *event online event organizer* memikirkan berapa banyak orang yang bisa tetap menonton acara. Pada *event offline*, *experience* yang dilakukan juga lebih real dikarenakan para pengunjung berada langsung merasakan acara, & berinteraksi langsung sedangkan hal ini berbeda dengan *event online*. Untuk itu,

peneliti tertarik mengetahui dimana letak perbedaan *experience exhibition online & offline*.

Selain itu, Hannover Messe tergolong besar karena telah dilakukan di berbagai negara sebelumnya dan juga mengikutsertakan perusahaan-perusahaan besar di bidang industri. Hal ini juga membuat peneliti menjadi semakin tertarik untuk menganalisis lebih dalam terkait pengelolaan *virtual event* ini.

1.2 Rumusan Masalah

Sejak adanya pandemi, rumah produksi Goodguy yang biasanya fokus pada ranah produksi dan mengelola *event* secara *offline* harus merancang strategi baru yang sesuai dengan protokol kesehatan serta kebijakan dari pemerintah seperti PPKM. Oleh karena itu, Goodguy Production mulai melakukan pengelolaan *event* secara *virtual*. Salah satu *event* yang dikelola secara *virtual* adalah Hannover Messe 2020. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi pengelolaan *Virtual Event* Honnover Messe 2020 oleh GoodGuy Production agar *objective* dari acara ini tetap tercapai meskipun adanya perubahan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diambil, maka pertanyaan penelitian adalah bagaimana strategi pengelolaan *Virtual Event* Honnover Messe 2020 oleh GoodGuy Production.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah mengetahui strategi pengelolaan *Virtual Event* Honnover Messe 2020 oleh GoodGuy Production

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan bagi para peneliti lain yang melakukan penelitian serupa di masa mendatang. Penelitian ini juga diharapkan akan menjadi tambahan literatur di Universitas Multimedia Nusantara.

1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dalam penyelenggaraan event melalui platform virtual. Selain itu, dengan adanya penelitian ini, para praktisi di bidang event juga diharapkan dapat memperhatikan elemen-elemen dari event itu sendiri, sehingga para praktisi dapat menyelenggarakan event yang layak serta dapat menghindari atau meminimalisir kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada sebuah virtual event. Dalam konteks event berbasis virtual platform, peneliti kedepannya berharap event yang diadakan akan menjadi lebih efektif, bervariasi dan kreatif. Bagi GoodGuy Production, diharapkan penelitian ini bisa berguna untuk bahan evaluasi strategi event management di masa yang akan datang.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti melihat adanya keterbatasan penelitian salah satunya kurangnya referensi ke acara berbasis *platform virtual*. Selain itu masih sedikitnya referensi penelitian terdahulu mengenai acara *virtual*.

