

BAB I

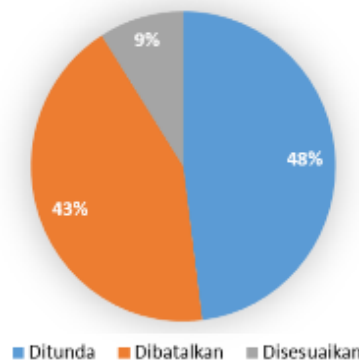
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Special event sebagai alat komunikasi tidak bisa dipisahkan dari gaya hidup dan pengalaman masyarakat. Pada nyatanya, para peserta yang terlibat dalam *special event* mengaku bahwa *event* merupakan alat yang dapat menghibur, memperoleh interaksi, menghilangkan rasa bosan, dan menambah pengetahuan (Naufal et al., 2021). *Special event* adalah fenomena yang timbul dari acara-acara non-rutin yang memiliki tujuan rekreasi, budaya, pribadi atau organisasi yang terpisah dari aktivitas normal kehidupan sehari-hari, dan yang tujuannya adalah untuk mencerahkan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman kelompok masyarakat (Shone & Parry, 2019).

Dalam penyelenggaraannya, menurut data yang terkumpul dari perusahaan pengelola *event* Locket.com pada tahun 2019, tercatat jumlah *event* skala besar dapat berkisar antara 300 hingga 400 *event* dalam setahun (Adimas, 2019). Namun, perkembangan pandemi Covid-19, pelaksanaan *special event* menjadi terhambat karena adanya pembatasan sosial. Pernyataan ini didukung oleh data dari Indonesia *Event Industry Council* (IVENDO) tahun 2020 yang menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 dapat mengakibatkan 43% *event* dibatalkan, 48% ditunda, dan 9 persen disesuaikan (Naufal et al., 2021).

Kondisi Pelaksanaan Event di Indonesia
Akibat Pandemi



Gambar 1.1 Kondisi Pelaksanaan *Event* di Indonesia Akibat Pandemi

Sumber: Indonesia *Event Industry Council* (2020)

Walaupun pelaksanaan *special event* sempat terhambat oleh kondisi pandemi Covid-19, *special event* memiliki sifat yang fleksibel dan dapat diimplementasikan saat pandemi Covid-19 menggunakan alternatif lain. *Perishability* merupakan salah satu karakteristik dari *special event* yang menunjukkan bahwa *special event* memiliki kemungkinan untuk mengalami pergantian rencana (Shone & Parry, 2019). Salah satu alternatif fleksibel yang dapat digunakan adalah *virtual event* (Wicaksono, 2021).

Special event dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang dirancang dengan tema tertentu yang bertujuan untuk menarik perhatian para pengunjung atau peserta agar dapat memahami pesan komunikasi yang ingin ditampilkan oleh *brand* atau perusahaan yang menyelenggarakannya. Dalam hal ini, pesan tersebut tentu saja merupakan pesan promosi yang diharapkan akan mendekatkan konsumen dengan *brand* yang mereka produksi (Rahma, 2018). Selain *brand* atau perusahaan, *special event* juga dapat diterapkan oleh lembaga lain seperti lembaga pemerintahan, organisasi, komunitas, bahkan personal (keluarga atau teman) (Shone & Parry, 2019).

Salah satu komunitas yang menerapkan *special event* sebagai komunikasi kepada khalayak adalah Stellar Women. Stellar Women adalah *platform* pembelajaran berbasis komunitas yang berisikan para wanita pengusaha, karir, *creator*, dan *freelancer*. Stellar Women diciptakan dengan tujuan untuk membantu wanita di Indonesia yang memiliki aspirasi untuk berkembang tanpa melihat tahapan bisnis atau karir yang sedang dialami. Selain itu, Stellar Women bertujuan untuk memberi kepercayaan diri dan dorongan sekaligus mengembangkan keterampilan para perempuan. Stellar Women juga menghubungkan sesama wanita yang berpikiran sama untuk berkolaborasi dan saling memberikan dukungan serta motivasi (stellarw.com, 2022).

Terdapat tiga program yang diinisiasikan oleh Stellar Women dalam mengembangkan pengetahuan dan praktik perempuan karir di Indonesia yaitu Stellar Women Academy, Stellar Women Membership, dan Stellar Women Event. Stellar Women Academy adalah tempat untuk para perempuan *upgrade* diri dengan melakukan pembelajaran daring dan *online video learning* secara

intensif. Stellar Women Membership adalah tempat para perempuan untuk bertukar pikiran dan motivasi, berkomunitas, bertukar ide, dan berteman dengan sesama perempuan yang memiliki jaringan suportif. Stellar Women Event adalah acara yang memberikan pengalaman pembelajaran (*experience learning*) untuk meningkatkan *skill* serta pengetahuan secara luas (stellarw.com, 2022).

Sebagai salah satu kontribusi terhadap perempuan karir, Stellar Women menyelenggarakan *event* tahunannya yang dinamakan Stellar Power Accelerator 2022. *Special event* Stellar Power Accelerator 2022 hadir sebagai bentuk dukungan nyata untuk memberi kelas inspirasi, *mentoring*, dan membantu perempuan dalam memajukan usaha mereka. Program akselerator khusus wanita ini ditujukan untuk pebisnis perempuan atau *womenpreneur* yang selama ini memiliki keterbatasan akses terhadap pengetahuan berbisnis dan dukungan pendanaan.



Gambar 1.2 Poster Event Stellar Power Accelerator

Sumber: stellarw.com (2022)

Target peserta dari *special event* Stellar Power Accelerator 2022 adalah *womenpreneur*. Kata “*womenpreneur*” berasal dari penggabungan kata “*women*” yang berartikan perempuan dan “*entrepreneur*” yang berartikan wirausahawan. *Womenpreneur* merupakan para pelaku pengusaha atau wirausaha wanita yang bertujuan untuk menunjukkan kemandirian dan mengupayakan penambahan pendapatan dalam keluarga (Shiratina et al.,

2020). Tujuan *womanpreneur* dilatarbelakangi oleh pernyataan bahwa peran wanita sebagai pengusaha atau *womenpreneur* secara gender dianggap mampu menjadi stimulus bagi ekonomi keluarga (Istiqomah dalam Rahmi & Hapsari, 2021). Wanita dianggap memiliki wawasan yang luas dalam meningkatkan pendidikan anak (Hasbullah dalam Rahmi & Hapsari, 2021).

Womenpreneur di Indonesia menghadapi beberapa tantangan. Tantangan pertama menyangkut peran perempuan dalam perekonomian yang masih terbatas karena terdapat anggapan bahwa perempuan hanya cocok bekerja sebagai ibu rumah tangga saja. Kontribusi perempuan dalam perekonomian Indonesia terhalang oleh stereotip bahwa perempuan harus melakukan pekerjaan rumah tangga sedangkan laki-laki bekerja di bidang teknis dan industri (Safyra dalam Shiratina et al., 2020). Tantangan kedua menyangkut kondisi pandemi Covid-19 yang mengharuskan wanita memiliki tugas ganda untuk mengurus pekerjaan rumah dan menjalankan bisnisnya dalam waktu yang bersamaan (Nurfitriya et al., 2021). Tantangan ketiga menyangkut *support system* yang harus ditingkatkan lagi agar *womenpreneur* dapat saling berkolaborasi dan berbagi motivasi (Hati et al., 2021).

Ketiga tantangan berbisnis pada wanita menyebabkan *womenpreneur* terhambat dan kesulitan dalam menjalankan bisnis yang efektif. Sehingga dibutuhkan komunitas untuk *womenpreneur* agar tetap meningkatkan semangat dan motivasi untuk berbisnis. Berkumpulnya para *womenpreneur* menjadi sebuah komunitas perempuan diharapkan dapat menciptakan kolaborasi dan mitra bersama dalam mengembangkan pengetahuan praktik bisnisnya (Hati et al., 2021). Performa bisnis yang baik sejalan dengan kualitas pengetahuan bisnis dan praktik yang dijalankan oleh *womenpreneur*. Dalam mengembangkan kualitas pengetahuan bisnis dan praktik, aktivitas *mentoring* menjadi salah satu cara untuk membantu *womenpreneur* dalam melewati tantangan berbisnis. *Mentoring* berperan sebagai proses praktis dalam mensosialisasikan keterampilan berbisnis. *Mentoring* dilaksanakan untuk melakukan pelatihan dan pengembangan kerja yang berimplikasi pada

penerapan layanan pelanggan dan keterampilan menjual (*selling*) yang berkualitas tinggi (Nyakio, 2013).

Womenpreneur di Indonesia dalam menghadapi tantangan bisnis membutuhkan sebuah wadah yang dapat mencukupi kebutuhan *support system* dan pembelajaran praktik *mentoring* bisnis yang berkualitas. Maka dari itu, Stellar Power Accelerator 2022 hadir untuk membantu para *womenpreneur* dalam menghadapi tantangan dan mengembangkan performa bisnisnya. Stellar Power Accelerator 2022 memberikan dukungan, *mentor*, dan akses yang dibutuhkan perempuan untuk mengembangkan bisnisnya mulai dari penjualan, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, finansial, dan *operation*. Program ini dijalankan selama delapan minggu dengan pengalaman belajar yang mendalam melalui sesi kelas, kelompok *mentorship*, maupun diskusi dengan sesama perempuan pengusaha (Yanti, 2022).

Selain sebagai kontribusi terhadap *womenpreneur* di Indonesia, Stellar Power Accelerator 2022 sebagai *event* komunitas turut memiliki tujuan untuk membangun *brand community* dengan peserta yaitu *womenpreneur*. Drengner dalam Altschwager et al. (2013) mendefinisikan *event* sebagai alat komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan pesan perusahaan atau organisasi dalam kegiatan yang bersifat *experiential* dengan melibatkan kelompok sasaran. Pertanyaan ini didukung oleh Altschwager et al. (2013) yang menemukan bahwa *event* merupakan *platform* ideal untuk memfasilitasi *brand* dengan peserta *event* yang nantinya dapat membangun *brand community*.

Jika dikaitkan dengan tujuan *event* Stellar Power Accelerator 2022 dalam membangun *brand community*, *special event* ini digunakan sebagai alat pertemuan peserta dengan Stellar Women sehingga peserta dalam merasakan keterlibatan dengan *brand*. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa *brand community* meningkatkan dapat membawakan *womenpreneur* untuk menjadi terikat dengan *brand* dan dapat membangun keinginan untuk membeli produk atau layanan pembelajaran Stellar Women lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, *special event* menjadi alat yang penting dalam menyebarkan pesan oleh *brand*, perusahaan, lembaga formal, organisasi, dan komunitas sebagai media komunikasi kepada khalayak. Dalam implementasinya, komunitas perempuan Stellar Women turut menyelenggarakan *special event* yang berjudul Stellar Power Accelerator 2022. Pada *special event* tersebut, Stellar Women memberikan bantuan berupa kelas pembelajaran tentang bisnis, grup *mentoring*, dan dukungan motivasi kepada pebisnis perempuan atau *womenpreneur*. *Womenpreneur* di Indonesia memiliki beberapa tantangan yang membuat performa bisnis menjadi terhambat, sehingga Stellar Power Accelerator 2022 dapat menjadi *special event* yang berkontribusi untuk memberikan bantuan. Selain itu, *special event* Stellar Power Accelerator 2022 juga menjadi alat untuk membangun *brand community* yang dapat menuntun *womenpreneur* untuk lebih dekat dengan *brand* serta memiliki intensi untuk membeli produk pembelajaran Stellar Women lainnya. Maka dari itu, penelitian ini akan dibatasi untuk melihat strategi *special event* Stellar Power Accelerator 2022 dalam membangun *brand community womenpreneur* dan memfokuskan pada penerapan langkah *strategic planning* dari *special event*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tahap-tahap strategi dan implementasi *special event* Stellar Power Accelerator 2022 dalam membangun *brand community womenpreneur*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tahap-tahap strategi dan implementasi *special event* Stellar Power Accelerator 2022 dalam membangun *brand community womenpreneur*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan *Public Relations* (PR) terutama pada program *special event* dan *brand community*. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi para pelajar dan peneliti lain untuk melihat implementasi *Strategic Planning* pada *special event*.

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya referensi dan menjadi acuan bagi para praktisi *event*, dan organisasi atau perusahaan sebelum merancang rencana penyelenggaraan suatu *special event*. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang rancangan *special event* dalam membangun *brand community*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA