

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merujuk pada studi atau karya yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti atau akademisi dalam bidang tertentu. Studi-studi ini menjadi rujukan penting bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian baru, seperti pada *event* Waktu Indonesia Berdansa (WIB) 2022. Penelitian sebelumnya berperan signifikan dalam memberikan arah bagi studi lanjutan, menawarkan wawasan tentang pencapaian maupun kelemahan di bidang yang dikaji, sehingga dapat membantu memperkaya dan memperbaiki pendekatan penelitian yang dilakukan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Perbandingan	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Jurnal	Tujuan	Konsep/Teori	Metodologi	Hasil & kesimpulan
Penelitian Sejenis I	Amirullah, Syahrinan Ramadhan, Feronica Simanjorang (2023)	Analisis Strategi <i>Management Event</i> Diklat Ekonomi Islam	Bertujuan untuk menganalisis manajemen <i>event</i> Diklat Ekonomi Islam 2022 yang diselenggarakan oleh KSEI FoSEI	Penelitian ini menggunakan konsep manajemen <i>event</i> goldblatt yang mengemukakan 5 tahapan <i>event</i>	Metodologi penelitian ini menggunakan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme.	Hasil penelitian menunjukkan tahapan; Riset, dengan melakukan observasi partisipasi moderat, wawancara, dokumentasi, analisis swot, serta melakukan brainstorming dan mengecek laporan kegiatan sebelumnya;

			melakukan perekrutan sekaligus pelatihan ekonomi syariah kepada mahasiswa muslim dan muslimah di lingkungan kampus Universitas Sumatera Utara.	dan evaluasi.		Desain, dengan memvisualisasikan desain sesuai dengan tema dari Diklat Ekonomi Islam yaitu “From Zero to be Rabbani Economist”;P erencanaan, dengan melakukan kerjasama dengan media partner sebagai media promosi kegiatan dan partnership untuk mendapatkan dana; Koordinasi, melakukan bonding dan rapat sesuai jadwal yang disepakati; Evaluasi, melakukan evaluasi sebelum, sesaat, dan sesudah hari H.
Penelitian Sejenis II	Lailatus saadah, Salma Hayati, Asnauk Husna (2024)	<i>Event Manajemen dalam Kegiatan Intrakurikuler; A Best</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan <i>event management</i> dalam	Manajemen <i>event</i> yang digunakan prinsip <i>The Event Triangle</i>	Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan	Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian peneliti dapat menyimpulkan bahwa

		<i>Practice in Event Management</i>	kegiatan intrakurikuler sebagai sebuah <i>best practice</i> .	dan konsep <i>marketing mix</i> .	an kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data dalam bentuk wawancara, observasi dan dokumentasi	dengan dijalankan manajemen dalam intrakurikuler telah melatih mahasiswa dalam menciptakan <i>event</i> sesuai dengan kebutuhan. sehingga <i>event</i> yang diciptakan memiliki karakteristik yang kuat.
Penelitian Sejenis III	Donna Ekawaty (2022)	Analisa Sistem Pembelajaran Daring Pada Mahasiswa <i>Event Management</i>	Tujuan dalam melakukan penelitian ini diharapkan mampu sebagai alat pengembangan dan perbaikan sistem pembelajaran mata kuliah <i>Event management</i> berdasarkan kondisi siswa di kelas <i>event management</i> di Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta.	Konsep yang digunakan pada penelitian ini yaitu 4 siklus pengujian tindakan (Creswell, 2012) yaitu <i>plan, act, observe, dan reflect</i> .	Data penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik pengamatan perilaku siswa selama di kelas daring (<i>observing</i>). Penulis menggunakan analisa kualitatif bermakna berdasarkan permasalahan	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa sistem pembelajaran online untuk mahasiswa <i>event management</i> tidak sesuai dan tidak efektif. Mahasiswa belum sepenuhnya mampu menggunakan LMS baik secara teoritis maupun praktik dan belum mampu untuk fokus dengan sistem pembelajaran daring atau tatap maya.

					ahan yang ditemukan saat pembelajaran daring. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa sistem pembelajaran online untuk mahasiswa <i>event management</i> tidak sesuai dan tidak efektif.	
Penelitian Sejenis IV	Bagja Jaka Pamungkas, Erni Martini (2020)	Pengaruh Komunikasi Media Sosial Terhadap <i>Behavioral Intentions</i> LaLaLa Festival: Studi Terhadap Millennials dan Centennials	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran dua generasi dalam pengaruh komunikasi media sosial terhadap <i>behavioral intentions</i> LaLaLa Festival	Teori pendukung masing - masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini di adaptasi dari penelitian Amoró et al. (2019) dengan	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala	Berdasarkan hasil pengujian sebanyak enam belas hipotesis dari dua puluh hipotesis yang diajukan diterima.

				penggunaan kerangka pemikiran yang sama namun dengan objek yang berbeda	likert dengan survey yang telah dilakukan ke pada 440 responden dengan kriteria pengunjung dan pernah mengakses media sosial LaLaLa Festival.	
Penelitian Sejenis V	Brendha Qaulani Tsakila, Martha Tri Lestari (2022)	ANALISIS STRATEGI EVENT MANAJEMEN OLEH IAAS LC IPB DALAM EVENT ICC GOES TO EXTERNAL	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen event IGTE yang dilakukan oleh International Association of Students in Agricultural and Related Sciences (IAAS) Institut Pertanian Bogor (IPB) sebagai adaptasi pelaksanaan event di era pandemi dan dukungan	Penelitian ini menggunakan konsep manajemen event Goldblatt yang mengemukakan lima tahapan pengelolaan event yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi.	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta menggunakan paradigma konstruktivisme.	Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menemukan temuan yang berlawanan dengan teori Goldblatt dari hasil wawancara dengan informan kunci. Menurutnya, tahap evaluasi <i>event</i> tidak perlu dilakukan, hanya saja perlu difokuskan pada evaluasi SDM panitia.

			terhadap sustainable development goals (SDGs), terutama poin kesehatan padasaat pandemi.			
Penelitian Sejenis VI (Anggoro et al., 2023; Dewi Nur'aini, 2020; Iswara Aji & Diniati, 2021; Pamungkas & Martini, 2020; Tsakila & Lestari, 2022)	Ayub Dwi Anggoro, Happy Susanto, Rizal Arifin, Oki Cahyo Nugroho, Eli Purwati, Irvan Nur Ridho (2023)	Manajemen <i>Event</i> Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Pemerintah kabupaten Ponorogo dalam melakukan berbagai upaya mempromosikan atau membranding budaya Ponorogo sebagai strategi daya tarik wisatawan.	Penelitian ini menggunakan konsep Manajemen <i>event</i> dari Goldblatt yaitu, <i>research, design, planning, coordination, dan evaluation.</i>	penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai bahan yang ada di internet dan perpustakaan, seperti buku referensi, hasil penelitian sejenis sebelumnya, artikel, catatan,	Hasil dari penelitian ini membahas tentang <i>event</i> budaya yang telah diselenggarakan oleh pemerintah kabupaten Ponorogo. (Auliya, 2021; Bunga Farah Fauziah, 2023; Febrian et al., 2023; Haries Politeknik Negeri Padang alfatah & Fitri Wulandari Politeknik Negeri Padang, 2021; Hendrawan et al., 2022; Maulana Isyak & Satrio Wijaksono, 2021)

					dan berbagai jurnal.	
Penelitian Sejenis VII	Alfan Iswara Aji, Anisa Diniati (2021)	ANALISIS PENGELOLAAN <i>EVENT</i> INNOVILAGE TELKOM UNIVERSITY PADA MASA PANDEMI COVID – 19	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui analisis manajemen <i>event</i> INNOVILAGE Telkom University 2020 pada masa pandemi covid -19.	Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah konsep manajemen <i>event</i> yang dijabarkan oleh Goldblatt, yaitu: 1) <i>Research</i> , 2) <i>Design</i> , 3) <i>Planning</i> , 4) <i>Coordination</i> , 5) <i>Evaluation</i> .	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian Deskriptif. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma <i>postpositivisme</i> .	Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti jabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa <i>event</i> INNOVILAGE ini diadakan untuk memberikan wadah kepada mahasiswa Telkom agar menyalurkan ide kreatif dan inovasi di bidang teknologi digital.
Penelitian Sejenis VIII	Alfatah Haries, Fitri Wulandari	TINJAUAN MANAJEMEN <i>EVENT</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen	Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah	Metode analisis data yang digunakan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam

	(2021)	PASA HARAU ART & CULTURE FESTIVAL DI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA	Acara Festival Seni & Budaya Pasa Harau.	teori Manajemen <i>event</i> Goldblatt yang berisikan 5 tahapan yaitu, <i>Research, Design, Planning, coordination</i> , dan <i>Evaluation</i> .	n dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.	manajemen acara terdapat lima tahapan penting yaitu Penelitian, Perancangan, Perencanaan, Koordinasi dan Evaluasi. Tahapan-tahapan tersebut terdapat dalam pengelolaan acara Festival Seni & Budaya Pasa Harau.
Penelitian Sejenis IX	Fatika Bella Ayunda, Krisna Megantari (2021)	Analisis manajemen <i>event</i> Reyog Jazz sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran budaya dan wisata Kabupaten Ponorogo	Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana Pemerintah Kabupaten Ponorogo sedang melakukan upaya untuk memasarkan atau mempromosikan potensi yang ada di Ponorogo agar dikenal oleh masyarakat dari lokal, nasional	Penelitian ini menggunakan teori konsep Manajemen <i>event</i> Goldblatt dengan 5 tahapan yaitu, <i>Research, Design, Planning, Coordination</i> , dan <i>Evaluation</i>	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana permasalahan dijelaskan secara sistematis dan berdasarkan data yang diperoleh dengan melalui observasi langsung	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana tim Reyog Jazz merencanakan <i>event</i> sampai dengan penerapannya. Dan jika dilihat, tim Reyog Jazz sudah menerapkan manajemen <i>event</i> dengan cukup baik meskipun pada implementasinya masih

			ataupun internasional. Salah satunya yakni dengan menggunakan <i>event</i> .		ataupun wawancara kepada pihak-pihak yang dirasa kompeten untuk menjawab permasalahan yang ada	terdapat beberapa evaluasi.
Penelitian Sejenis X	Dicky Hendrawan, Eka Abdurrahman, Agung Nugroho, Dinni Khairiah Sipayung (2022)	<i>EVENT MANAGEMENT ANALYSIS OF STUDENT SPORTS</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan acara Olahraga Mahasiswa (PORMA) dari awal perencanaan hingga akhir acara dan mengetahui fungsi peran humas pada acara PORMA.	Teori/konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah 5 tahapan <i>event</i> Manajemen Goldblatt yaitu, riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa ajang PORMA diadakan untuk memwadahi minat dan bakat masyarakat di Indonesia agar dapat disalurkan ke bidang e-sports.

Penelitian mengenai *event* festival musik di Indonesia pada tahun-tahun sebelumnya cenderung membahas festival musik dalam konteks lain seperti strategi branding sebuah *event*, strategi marketing sebuah *event* ataupun festival musik dalam ekonomi kreatif dan pariwisata. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Lidya Lidya Wati Evelina yang membahas mengenai *event* We The Fest sebagai *event* yang dapat memberikan nation brand untuk Indonesia di

mata negara-negara lain dan juga peran Ismaya Live sebagai *event* organizer yang dapat mempromosikan Indonesia di berbagai negara dunia melalui media sosial Instagram, Youtube, dan Facebook (Wati Evelina, 2022).

Kemudian penelitian yang dilakukan Peny Meliaty Hutabarat yang membahas mengenai *event* musik sebagai objek pariwisata Indonesia, dimana penelitian ini berupaya untuk melihat potensi musik tourism, khususnya peran festival musik bagi pariwisata dan city branding. Seperti *event* Aceh World Jazz festival yang diselenggarakan di Aceh, Nada Untuk Alam yang diselenggarakan di Kalimantan Selatan, dan juga Malang Jazz Festival di Jawa Timur (Hutabarat, 2022).

Kebaruan pada penelitian ini adalah penelitian ini akan berfokus kepada pembahasan mengenai strategi manajemen *event* yang dimana akan membahas tahapan-tahapan cara pembuatan *event* festival musik pada saat *pre event*, *event*, dan *post event*. Objek dari penelitian ini adalah festival musik *Waktu Indonesia Berdansa tahun 2022*.

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Event

Event pada konteks umum, merujuk dalam suatu peristiwa atau insiden yg terjadi dalam waktu, tempat, & situasi tertentu. *Event* merupakan bagian integral berdasarkan kehidupan insan & warga yang mempunyai banyak sekali macam makna & tujuan, mulai berdasarkan hiburan sampai pengembangan usaha juga Pendidikan. *Event* umumnya didesain buat membentuk pengalaman yg berharga & bisa memengaruhi poly aspek pada kehidupan kita

Menurut Joe Goldblatt (Joe Goldblatt, n.d.), suatu peristiwa didefinisikan sebagai peristiwa yang diciptakan manusia yang menggabungkan berbagai elemen seperti waktu, tempat, ide, dan komunikasi untuk menciptakan pengalaman yang berdampak pada peserta Peristiwa juga dapat dipicu oleh kekhawatiran atau

permasalahan yang dihadapi oleh individu atau komunitas, dan merupakan sebuah langkah di luar tindakan yang mengarah pada penanganan permasalahan tersebut.

2.2.1.1 Tujuan *Event*

Sebuah *event* umumnya dirancang dengan tujuan tertentu yang disesuaikan dengan jenis acara, konteks, dan sasaran yang ingin dicapai. Tujuan-tujuan tersebut dapat meliputi hiburan, pendidikan, promosi, pembangunan relasi, peningkatan kesadaran masyarakat, rekreasi, olahraga, peringatan, sosialisasi, pengumpulan data, hingga konsolidasi atau perubahan dalam organisasi. Tidak jarang sebuah *event* memiliki lebih dari satu tujuan yang saling mendukung. Oleh karena itu, penting untuk memahami dengan jelas tujuan utama *event* sebelum proses perancangan, pengorganisasian, atau pelaksanaannya agar setiap elemen acara dapat selaras dan berkontribusi pada pencapaian tujuan tersebut.

2.2.1.2 Jenis – Jenis *Event*

Jenis-jenis *event* dapat bervariasi secara luas tergantung pada tujuan, skala, dan karakteristik khususnya. Berikut merupakan jenis-jenis *event* yang ada, yaitu:

1. Mega *Event*

Sebuah acara berskala besar yang berdampak pada seluruh ekonomi serta menarik perhatian media di berbagai negara. Contoh peristiwa yang dapat dianggap besar termasuk Olimpiade dan Piala Dunia.

2. *Hallmark Event*

Hallmark event adalah sebuah peristiwa yang memiliki tujuan yang konsisten sehingga nama lokasi atau kota tersebut tertera dalam nama acara.

3. Major *Event*

Sebuah acara yang tampak jelas melalui skala dan tingkat eksposurnya di media, memiliki daya tarik bagi wisatawan, memiliki nilai berita, serta memberikan keuntungan ekonomi.

4. *Minor Event*

Sebagian besar *minor event* termasuk dalam kelompok acara kecil, di mana banyak manajer acara memperoleh pengalaman dalam penyelenggaraan. Contoh yang termasuk dalam kategori *minor event* adalah rapat, acara penghargaan, pesta ulang tahun, atau reuni.

2.2.1.3 Karakteristik *Event*

Setiap *event* tentu akan berbeda sesuai dengan karakteristiknya masing-masing yang mereka punyai guna mencapai tujuan tertentu. Terdapat 5 karakteristik dalam *event* (Anindya, 2015). Berikut merupakan karakteristik *event* menurutnya:

1. Keunikan

Setiap acara tentunya harus memiliki ciri khasnya sendiri. Ciri khas ini bisa menjadi faktor yang membedakan acara tersebut dari yang lainnya, serta dapat menarik minat orang untuk hadir.

2. *Perishability*

Setiap acara itu unik sehingga tidak mungkin diulang dengan konsep yang sama persis seperti sebelumnya. Meskipun temanya serupa, harus ada penyajian yang berbeda agar dapat mengikuti isu dan perkembangan saat itu, sehingga pengunjung tidak merasa jenuh dan ingin kembali datang.

3. *Intangibility*

Para pengunjung acara akan mengalami sesuatu yang mereka ingat setelah menghadiri sebuah acara. Ini merupakan salah satu tantangan untuk mengubah bentuk layanan atau proses dari yang terlihat menjadi tidak terlihat, sehingga bisa dirasakan oleh pengunjung.

4. Suasana dan Pelayanan

Aspek ini memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan acara yang berhasil. Sebaliknya, jika acara diadakan tanpa kerelaan, hasilnya bisa menjadi kegagalanbut. Oleh karena itu, jika suasana dan layanan dalam penyelenggaraan sebuah acara dilakukan dengan sepenuh hati dan dengan tujuan yang jelas, maka kesuksesan acara akan terwujud. Sebaliknya, jika acara diadakan tanpa kerelaan, hasilnya bisa menjadi kegagalan.

5. Interaksi Personal

Hubungan pribadi adalah salah satu kunci keberhasilan dalam mengadakan acara. Misalnya, saat mengadakan acara dan menyertakan permainan, ini bisa menjadi faktor yang membuat pengunjung merasa terlibatat mengadakan acara dan menyertakan permainan, ini bisa menjadi faktor yang membuat pengunjung merasa terlibat.

2.2.2 Event Management

Dalam pembuatan *event*, terdapat tahapan yang biasanya dilakukan untuk membuat *event* berjalan lancar sesuai dengan tujuan awal. Berikut tahapan *event* management (Goldblatt, n.d.-b):

1. *Research*

Tahap penelitian adalah landasan penting yang memastikan perencanaan dan pelaksanaan acara yang berhasil. Proses ini dimulai dengan menentukan tujuan utama dari acara yang akan diselenggarakan. Sebelum merencanakan suatu acara, analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) digunakan untuk membuat keputusan dalam pelaksanaannya (Goldblatt, n.d.-b). Analisis SWOT membantu dalam mengidentifikasi variable internal dan eksternal yang dapan menghalangi acara mencapai kesuksesannya. Berikut penjelasannya:

- Strength and Weakness

Kelebihan dan keburukan adalah kondisi yang pada dasarnya perlu dipertimbangkan sebelum melaksanakan suatu acara yang direncanakan. Kelebihan dan keburukan ini dapat disampaikan melalui FDG (*Focus Discussion Group*) atau melalui diskusi dengan pihak-pihak yang terlibat secara utama.

- Opportunity and Threats

Peluang dan ancaman adalah dua elemen penting yang muncul baik selama acara berlangsung maupun setelahnya. Namun, dalam proses penelitian, hal ini perlu diperhatikan dengan teliti karena dapat menyebabkan kemungkinan gagal. Peluang adalah aktivitas yang dapat memberikan manfaat bagi sebuah peristiwa tanpa memerlukan investasi besar dari organisasi yang mengelolanya. Sementara itu, ancaman adalah faktor yang bisa menghalangi acara dari mencapai potensi maksimal yang dimilikinya. Selanjutnya, dalam tahap ini, penting untuk melakukan analisis pasar dan audiens. Selain memilih untuk menganalisis pasar dan audiens, juga sangat penting untuk menentukan lokasi. Di samping semua langkah yang ada, perencanaan tindakan juga diperlukan untuk menghadapi situasi darurat atau krisis selama acara, termasuk pemahaman mengenai evakuasi, komunikasi, dan pengelolaan keadaan darurat.

2. Design

Tahap perencanaan mencakup pengembangan rinci untuk setiap elemen acara, termasuk ide inti, agenda, elemen visual, dan pengalaman pengunjung. Bisa disimpulkan bahwa fase ini adalah saat semua gagasan dan konsep yang sebelumnya hanya pemikiran mulai terwujud dan terlihat. Keberhasilan sebuah acara sangat tergantung pada perancangan yang cermat dalam membentuk pengalaman yang akan memberikan kesan yang mendalam bagi para peserta. Keberhasilan acara sangat dipengaruhi oleh perancangan yang cermat dan efisien, berikut adalah penjelasannya (Goldblatt, n.d.-b):

- Brainstorming and Mind Mapping

Kreativitas adalah komponen yang sangat penting dalam setiap tahap pengelolaan acara. Saat menjalani proses merancang manajemen sebuah *event*, kreativitas mendorong untuk mengembangkan berbagai elemen acara melalui brainstorming. Pemetaan pikiran adalah metode yang efektif untuk menyatukan berbagai gagasan. Pemetaan pikiran membantu dalam menyortir ide-ide dengan cermat dan menunjukkan bagaimana ide-ide tersebut berkontribusi pada tujuan acara.

- The Creative Process in Event Management

Mengasah kreativitas merupakan sebuah proses yang terus menerus. Sebagai pengarah utama, perlu berupaya untuk mengevaluasi potensi kreatif guna memastikan bahwa acara berlangsung dalam kondisi terbaik.

- Making the Perfect Match Through Needs Assessment and Analysis

Setelah melaksanakan sesi ide dan pemetaan pikiran, kini saatnya untuk memastikan bahwa konsep kreatif selaras dengan tujuan dan sasaran acara. Ini dilakukan dengan melakukan evaluasi dan analisis terhadap kebutuhan. Selanjutnya, ketua panitia juga perlu bergerak lebih jauh dengan melakukan survei kepada pemangku kepentingan untuk menilai apakah solusi kreatif yang telah dirancang sudah sesuai dengan kebutuhan mereka.

- Event Eligibility

Kelayakan sebuah acara menunjukkan bahwa kita telah mengevaluasi konsep acara dengan cara yang objektif guna menilai apakah rencana acara tersebut bisa direalisasikan. Ini adalah langkah terakhir untuk memeriksa sebelum perencanaan yang sesungguhnya dimulai, sehingga penting untuk meluangkan waktu yang cukup untuk menelaahnya. Tiga jenis sumber daya yang diperlukan adalah keuangan, tenaga kerja, dan dukungan politik, masing-masing dengan level pentingnya yang berbeda-beda.

- The Approval Process

Proses persetujuan bisa sesederhana hanya perlu persetujuan dari klien atau bisa juga rumit dengan memerlukan banyak tanda tangan. Walaupun bisa jadi mudah atau sulit, penyelenggara harus menganggap ini sebagai langkah kunci yang ketika sudah ditempuh akan memastikan bahwa rencana tersebut telah diperiksa dan dipandang logis, praktis, serta memiliki potensi keberhasilan yang tinggi. Setiap jalur memerlukan persetujuan yang sah, baik dalam bentuk kontrak maupun izin individu dari setiap lembaga terkait. Tanpa adanya persetujuan yang resmi, suatu acara tidak dapat berlangsung sesuai dengan rencana yang telah disusun dengan baik.

3. Planning

Tahap persiapan merupakan dasar dari keberhasilan sebuah acara. Kesalahan yang terjadi pada fase ini dapat memberikan dampak signifikan terhadap keseluruhan acara, sehingga penting untuk melakukan persiapan dengan teliti. Fase ini dapat memberikan efek besar pada keseluruhan acara, oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan perencanaan dengan hati-hati.

- Time

Hukum waktu berkaitan dengan jumlah waktu yang ada untuk melakukan tindakan atau memberikan respons. Durasi waktu yang tersedia untuk merencanakan dan memproduksi suatu acara sebenarnya bisa memengaruhi biaya dan kesuksesan acara tersebut.

- Space

Hukum ruang berkaitan dengan lokasi fisik di mana sebuah acara akan berlangsung dan waktu yang diperlukan untuk membuat keputusan penting mengenai acara tersebut. Keterkaitan antara waktu dan ruang tetap konsisten selama seluruh rangkaian peristiwa.

- *Tempo*

Hukum terakhir dalam perencanaan acara berhubungan dengan kecepatan atau ritme terjadinya peristiwa selama proses produksi dan peristiwa tersebut. Penyelenggara acara perlu mengatur laju penyelesaian tugas serta kejadian yang akan datang, dan sangat penting untuk memastikan bahwa setiap langkah diambil pada waktu yang paling tepat.

4. *Coordination*

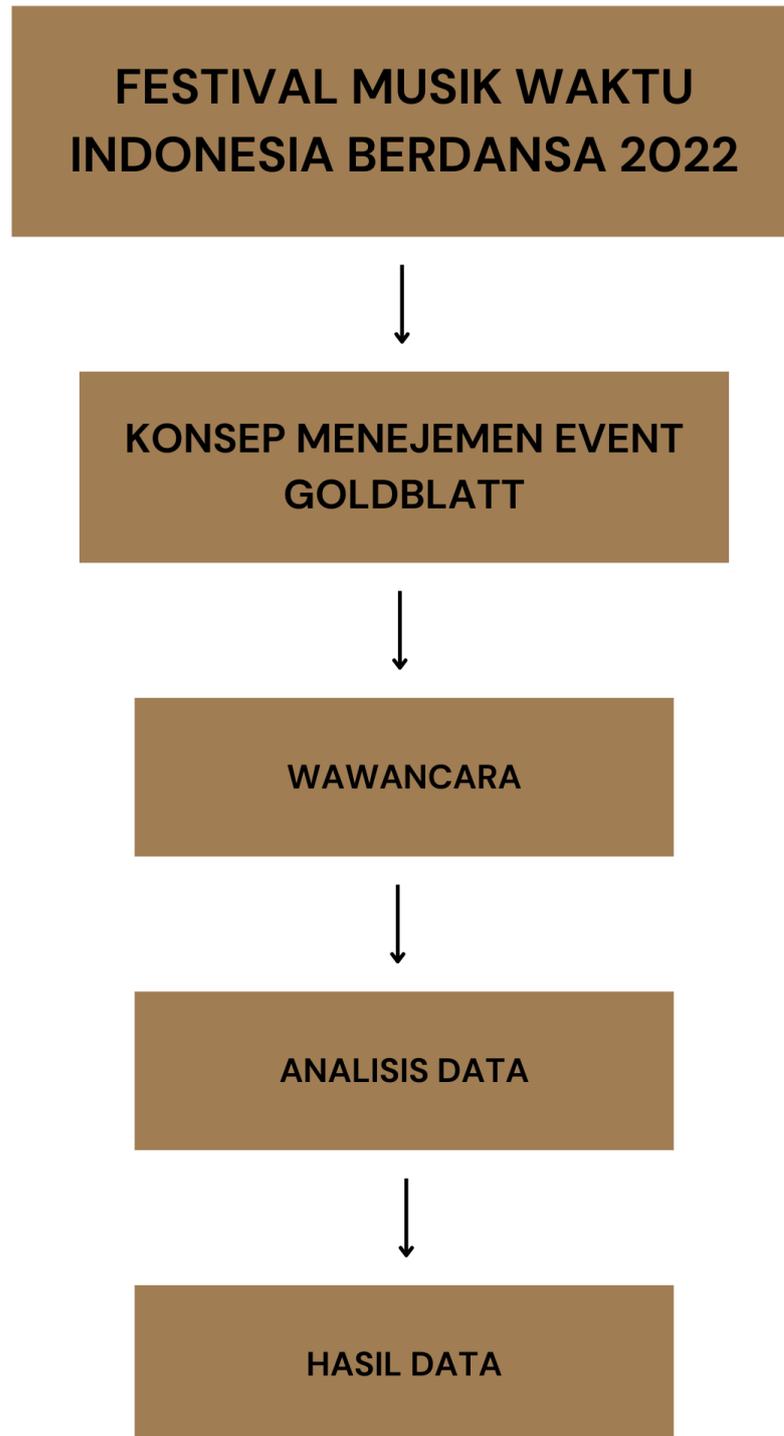
Tahap pengaturan adalah proses untuk merealisasikan sebuah acara, dan kemampuan untuk mengatur semua komponen dengan efektif sangat krusial. Pengaturan yang baik dan komunikasi yang efektif selama acara akan mendukung kelancaran pelaksanaan dan kesesuaian dengan rencana.

Untuk memastikan pengaturan berjalan dengan efektif, penyelenggara acara perlu mengumpulkan semua data yang relevan, menilai kelebihan dan kekurangan dari keputusan penyelenggara mengenai pihak yang akan berkontribusi, serta mempertimbangkan dampak keuangan, etika, dan moral.

5. *Evaluation*

Tahap penilaian adalah fase terakhir dalam proses penyelenggaraan acara, yang memiliki peranan penting dalam pengelolaan acara dan memungkinkan peningkatan kualitas serta efektivitas acara. Dengan mengetahui apa yang berhasil dan yang menjadi kendala, penyelenggara acara dapat memperbaiki perencanaan dan pelaksanaan acara di waktu yang akan datang.

2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.1 Alur Penelitian