

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri otomotif global saat ini sedang mengalami perubahan signifikan dengan pergeseran menuju penggunaan kendaraan listrik (*Electric vehicle/EV*). Pergeseran ini didorong oleh kesadaran yang semakin meningkat terhadap perlunya mengurangi emisi karbon, yang berkontribusi pada pemanasan global. Di Indonesia, minat terhadap kendaraan listrik terus meningkat setiap tahunnya (Ardiyanti et al., 2023). Hal ini seperti pada data yang dilampirkan pada gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1. 1 Target Pengembangan Mobil Listrik di Indonesia

Sumber: (Datanesia, 2024)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan target perkembangan mobil listrik di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024, dengan tiga indikator utama, yakni penjualan mobil listrik baru, akumulasi mobil listrik beredar, dan pertumbuhan akumulasi. Secara keseluruhan, grafik ini menggambarkan bahwa pemerintah Indonesia menargetkan peningkatan penjualan dan penyebaran mobil listrik secara signifikan, terutama pada tahun 2024, seiring dengan

kebijakan dan inisiatif untuk mempercepat transisi ke kendaraan listrik (Datanesia, 2024). Artinya, baik dari pemerintah ataupun masyarakat telah memiliki komitmen yang besar pada kendaraan listrik.

Kendaraan listrik menjadi salah satu solusi utama dalam mengurangi emisi karbon dan polusi udara di Indonesia, terutama di kota-kota besar yang memiliki tingkat polusi tinggi (Zola et al., 2023). Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen untuk mendukung percepatan adopsi kendaraan listrik melalui berbagai kebijakan, seperti insentif pajak, subsidi, dan pembangunan infrastruktur pendukung seperti stasiun pengisian daya (Nur & Kurniawan, 2021). Namun, meskipun ada perkembangan kebijakan, tantangan besar masih dihadapi, seperti rendahnya tingkat adopsi kendaraan listrik oleh masyarakat, kurangnya infrastruktur yang memadai, serta masih terbatasnya pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang manfaat kendaraan listrik.

Salah satu strategi penting dalam mempromosikan perkembangan industri otomotif adalah dengan melakukan pameran otomotif. Di Indonesia sendiri, sudah ada komitmen serius untuk mendukung transisi ini melalui berbagai kebijakan, insentif, dan program-program strategis yang bertujuan untuk mempercepat adopsi kendaraan listrik, salah satunya melalui Periklindo *Electric vehicle Show* (PEVS). Dalam konteks ini, *event* seperti PEVS memiliki peran penting untuk meningkatkan kesadaran dan edukasi publik, serta mendorong adopsi kendaraan listrik di Indonesia. Sebagai platform strategis yang mempertemukan berbagai pemangku kepentingan—pemerintah, industri, dan masyarakat—PEVS dapat berfungsi sebagai penggerak utama dalam mempromosikan kendaraan listrik dan memberikan solusi terhadap tantangan-tantangan yang ada.

Periklindo *Electric vehicle Show* (PEVS) digelar sebagai bentuk strategi dalam mempromosikan kendaraan listrik, yang mana pertama kalinya diadakan pada tahun 2022 dan pada tahun 2024 kembali digelar dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran publik dan minat terhadap kendaraan listrik. Pameran khusus kendaraan listrik, Periklindo *Electric vehicle Show* (PEVS) berlangsung

dari 29 April hingga 4 Mei 2024 yang bertempat di JIExpo Kemayoran Jakarta yang dibuat oleh Perkumpulan Industri Kendaraan Listrik Indonesia (PERIKLINDO) dan yang diselenggarakan oleh Dyandra Promosindo sebagai perusahaan *event organizing* (Dyandra, 2024). Dyandra Promosindo sendiri merupakan bagian dari PT. Dyandra Media Internasional yang bergerak dalam penyelenggaraan acara. PEVS telah menjadi agenda tahunan yang signifikan dalam mempromosikan inovasi dan teknologi terkini di sektor kendaraan listrik yang sudah berlangsung sejak tahun 2022. Acara ini berfungsi sebagai platform pertemuan antara produsen, pemangku kepentingan, dan masyarakat umum untuk memahami lebih dalam perkembangan terbaru terkait kendaraan listrik.

Berdasarkan laporan dari (CNN Indonesia, 2024), PEVS 2024 mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya dan berhasil melampaui target. Jumlah pengunjung mencapai 40.500 orang, dengan total transaksi sebesar 400 miliar rupiah, sementara pada PEVS 2023, nilai transaksi hanya mencapai 379 miliar rupiah dengan total 30.850 pengunjung. Hal ini tentunya merupakan suatu bentuk keberhasilan, yang mana terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya dan target pengunjung telah tercapai. Meskipun PEVS 2024 mengalami peningkatan dibanding 2023, jumlah pengunjung pada PEVS 2023 sebenarnya mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun pertamanya pada 2022, yang mencapai 45 ribu pengunjung. Namun, meskipun terjadi penurunan jumlah pengunjung pada 2023, nilai transaksinya tetap mengalami kenaikan.



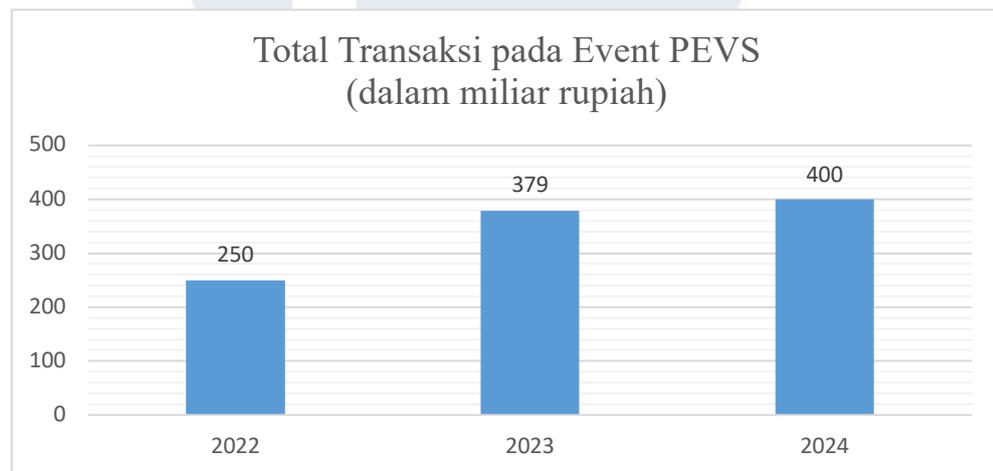
Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung PEVS dari 2022-2024

Sumber: Periklindo, 2024

Berdasarkan grafik 1.2 yang ditampilkan, menunjukkan bahwa di tahun 2023 mengalami penurunan pengunjung dari tahun sebelumnya, walaupun pada grafik 1.2 menunjukkan bahwa total transaksi yang dilakukan meningkat besar. Kemudian, di tahun 2024 mengalami peningkatan pengunjung yang cukup besar daripada di tahun 2023. Artinya, pada acara PEVS 2024, implementasi yang dijalankan oleh Periklindo untuk meningkatkan pengunjung cukup berhasil, karena adanya peningkatan pengunjung dari tahun sebelumnya

Sumber: Periklindo, 2024

Salah satu aspek penting dalam pengelolaan *event* adalah bagaimana menciptakan pengalaman yang interaktif dan berkesan bagi para pengunjung. Pada acara PEVS memiliki berbagai program, seperti seminar, *fun gathering*, kompetisi, *morning run*, *drone show*, *motorcycle fun run*, *test ride*, *test drive*, serta berbagai program lainnya yang mendukung kesuksesan acara utamanya. Hal ini juga disampaikan melalui Instagram PEVS terkait program yang mereka miliki seperti di bawah ini.



Gambar 1. 3 Total Transaksi pada *Event* PEVS

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 4 Poster PEVS 2024 di instagram

Sumber: Instagram PEVS, 2024

PEVS yang telah digelar berturut-turut selama tiga tahun memiliki evaluasi yang beragam disetiap tahunnya. Pada penyelenggaraan PEVS tahun 2022 adalah tahun dimulai Periklindo dalam mempromosikan dan memperkenalkan kendaraan listrik di industri otomotif Indonesia. Di tahun ini pula, skala PEVS relative kecil dan hanya berisi informasi terkait pameran dan sebatas peningkatan *awareness* terhadap *Electric vehicle*. Pada tahun 2022, PEVS belum banyak partisipasi dengan brand-brand internasional dan lebih berfokus pada penampilan brand lokal, *startup* dan *prototype*. Namun ditahun 2022, penyelenggaraan PEVS menjadi sebuah evaluasi besar dimana melihat minat pasar, kesiapan industri maupun pemerintah terkait *Electric vehicle*, karena kesadaran masyarakat Indonesia dalam penggunaan *Electric vehicle* masih tergolong rendah.

Berbeda dengan PEVS pada tahun 2023 yang mengalami peningkatan daripada tahun sebelumnya karena berhasil membukukan transaksi hingga mencapai 379 miliar dengan pengunjung sebanyak >30.000 pengunjung. Ditahun 2023, PEVS tidak hanya sekedar edukasi dan peningkatan *awareness*

kepada pengunjung namun juga target pasar mulai terbentuk dan publik mulai tertarik untuk mencoba maupun membeli *Electric vehicle*. Selain itu, pula pada penyelenggaraan pameran PEVS 2023 lebih menarik dibanding tahun sebelumnya karena adanya *test drive*, simulasi dan kegiatan interaktif lainnya yang membantu meningkatkan minat pengunjung. Namun pada penyelenggaraan PEVS 2023 isu terkait teknis muncul mengenai infrastruktur seperti stasiun pengisian kendaraan listrik, ketersediaan suku cadang, baterai bekas hingga service.

Sedangkan PEVS tahun 2024 membawa dobrakan baru bagi *Electric vehicle* di Indonesia, karena lebih dari 112 brand *Electric vehicle* yang ikut merayakan pameran ini mulai dari sistem kendaraan, *charging*, baterai, energy hingga digital, kemudian transaksi mencapai 400 miliar rupiah dan kegiatan semakin interaktif karena selain ada *talkshow*, terdapat pula *Electric vehicle parade*, *drone competiton*, hingga *show off*. PEVS 2024 menjadi ajang kegiatan komunitas dan gaya hidup mengenai masa depan, selain itu *event* ini semakin lengkap karena banyaknya kerja sama yang timbul lintas sektor baik B2B maupun B2G.

Perbedaan penyelenggaraan pameran yang semakin baik dari tahun ke tahun tidak terlepas dari kerja sama penyelenggara dengan instansi terkait baik pada pihak pemerintah maupun swasta sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung untuk datang ke pameran tersebut. Hal ini karena, simulasi dan stimulasi yang diberikan oleh pihak external membantu meningkatkan tingkat kunjungan dan juga meningkatkan proses jual beli maupun kerja sama dengan pihak korporasi maupun sejenisnya.

Dengan program-program tersebut, *event* PEVS ini dapat dikategorikan sebagai MICE (*Meeting, Incentive Travel, Convention, dan Exhibitions*) yang tujuannya adalah terkait bisnis. MICE merupakan segmen khusus yang mencakup penyelenggaraan pertemuan bisnis, acara insentif, konferensi, dan pameran yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi antarprofesional dan

promosi produk atau layanan. Keberadaan industri ini tidak hanya berperan sebagai penggerak utama dalam perputaran bisnis, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan pada destinasi yang menjadi tuan rumah. Di Indonesia, memiliki potensi yang besar dan perkembangan yang signifikan. Sektor MICE berkontribusi terhadap industri pariwisata nasional berada di angka kurang lebih 30% (Kemenparekraf, 2023). Indonesia sendiri sudah memiliki banyak pengalaman menjadi tuan rumah di acara-acara besar internasional. Jadi, sudah tidak diragukan lagi bahwa Indonesia berpeluang besar di industri MICE untuk semakin tumbuh dan memberikan manfaat yang besar secara ekonomi ataupun budaya.

Namun, meskipun industri MICE di Indonesia memiliki potensi yang besar, tantangan tetap ada. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan infrastruktur di kota-kota selain destinasi utama, kurangnya promosi yang efektif, serta persaingan dengan negara-negara lain yang sudah lebih maju dalam industri ini, seperti Singapura dan Thailand (Handayani et al., 2023). Selain itu, pandemi COVID-19 yang melanda global selama beberapa tahun terakhir juga memberikan dampak besar bagi industri ini, dengan banyaknya acara yang dibatalkan atau dialihkan ke format virtual.

Dengan mulai pulihnya situasi pasca-pandemi, industri MICE diharapkan kembali tumbuh dengan kuat. Perubahan perilaku dan preferensi konsumen terhadap acara tatap muka dan hibrida juga menjadi hal penting yang perlu diperhatikan dalam strategi penyelenggaraan acara di masa depan. Penerapan teknologi digital, peningkatan standar kesehatan dan keselamatan, serta inovasi dalam konsep acara menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya tarik (Pratama & Susanto, 2024). Tantangan lainnya seperti ketatnya persaingan juga menjadi masalah yang besar. Sehingga perlu sesuatu yang unik dan membedakan dengan acara lainnya.

Industri MICE sendiri merupakan industri yang cukup dinamis, Oleh karena itu, dibutuhkan implementasi pengelolaan *event* yang efektif untuk meningkatkan perkembangan MICE di Indonesia. Salah satunya dengan mengetahui implementasi yang dilakukan oleh Dyandra Promosindo dalam

membuat *event* PEVS 2024 yang sukses meningkatkan pengunjung pada tahun 2024 ini. Dilansir dari laporan yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), PT. Dyandra Media Internasional pada kuartal kedua tahun 2024 berhasil mencatat laba bersih sebesar Rp 8,5 miliar dari hasil pengadaan MICE di kota-kota besar di Indonesia (Kemenparekraf, 2024). Jakarta, sebagai pusat bisnis juga sangat diuntungkan dari lonjakan besar pengadaan MICE di sepanjang tahun 2024.

Pengelolaan *event* yang efektif tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis seperti tata letak dan fasilitas pameran, tetapi juga bagaimana menciptakan pengalaman yang interaktif, informatif, dan menghibur bagi pengunjung. Melalui strategi pemasaran yang tepat, penyelenggara diharapkan mampu menarik lebih banyak pengunjung dan menciptakan *engagement* yang tinggi, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap industri kendaraan listrik itu sendiri. Perlunya implementasi strategi manajemen *event* dari para ahli, salah satunya konsep yang diinisiasi oleh Goldblatt.

Joe Goldblatt memformulasikan lima tahapan penting dalam manajemen *event* yang sering dijadikan acuan oleh praktisi dan akademisi. Dalam (Goldblatt, 2013) berpendapat bahwa sebuah acara yang sukses memerlukan perencanaan dan pengelolaan yang matang, dimulai dari riset, desain, perencanaan, koordinasi, hingga evaluasi. Kelima tahapan ini bukan hanya sekedar langkah teknis, tetapi mencakup strategi yang holistik untuk memastikan setiap elemen dalam *event* berjalan dengan baik dan saling mendukung. Goldblatt juga menekankan bahwa manajemen *event* tidak hanya berdiri sendiri dalam setiap tahapan, akan tetapi saling terkait dalam menciptakan acara yang berkesinambungan dan efektif. Hal inilah yang menjadi dasar penting bagi setiap penyelenggara *event* dalam menghadapi tantangan dan perubahan yang terus berkembang di industri ini.

Pengelolaan *event* yang efektif merupakan faktor krusial dalam memastikan kesuksesan PEVS 2024. Pengelolaan *event* mencakup berbagai aspek, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi pasca-acara. Setiap tahapan ini memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi

pengunjung dan meningkatkan *engagement* mereka terhadap konten yang disajikan.

Dalam era yang semakin kompetitif, manajemen *event* yang dikembangkan oleh Goldblatt menjadi sangat relevan, terutama bagi *event-event* besar yang melibatkan berbagai pihak dan memiliki dampak luas, baik secara ekonomi maupun sosial. Sebagai contoh, *event* besar seperti PEVS 2024 (Periklindo *Electric vehicle Show*) yang diselenggarakan oleh Dyandra Promosindo, memerlukan implementasi strategi pengelolaan yang terintegrasi untuk dapat menarik pengunjung secara efektif, meningkatkan eksposur media, serta memaksimalkan keterlibatan *sponsor*.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana evaluasi manajemen *event* berdasarkan teori Goldblatt dapat diterapkan dalam pengelolaan *event* PEVS 2024 dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Fokus penelitian akan meliputi aspek perencanaan, pelaksanaan, promosi, serta evaluasi dari *event* tersebut. Dengan menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan *event*, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi penyelenggara *event* dalam rangka meningkatkan daya tarik dan partisipasi pengunjung pada PEVS 2024.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yang dapat disimpulkan yaitu bagaimana evaluasi *event management* yang dilakukan oleh Dyandra Promosindo dapat mencapai keberhasilan dengan meningkatkan jumlah pengunjungnya. Evaluasi *event management* ini termasuk bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh Dyandra Promosindo dalam mengelola persiapan acara, berlangsungnya acara, dan setelah berlangsungnya acara.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan di atas, adapun pertanyaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana evaluasi *event management* yang oleh Dyandra Promosindo dalam meningkatkan jumlah pengunjung Periklindo *Electric vehicle Show (PEVS) 2024?*”

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sesuai dengan pertanyaan penelitian yakni untuk mengetahui bagaimana evaluasi *event management* oleh Dyandra Promosindo dalam meningkatkan jumlah pengunjung *Periklindo Electric vehicle Show (PEVS) 2024*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara akademis, praktis, maupun sosial.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan acuan bagi Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang *strategic communication* terhadap pertimbangan penggunaan implementasi *event management* dalam meningkatkan pengunjung suatu *event*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan gambaran untuk Dyandra Promosindo dan penyelenggara acara lain untuk dapat mengimplementasikan strategi *event management* agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Secara sosial, hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memiliki potensi untuk tidak hanya memberikan kontribusi pada penyelenggaraan *event* yang lebih sukses, tetapi juga mendukung perubahan sosial yang lebih luas, seperti peningkatan kesadaran lingkungan, pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dan perbaikan kualitas hidup masyarakat.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini adalah batasan waktu dan akses data. Penelitian ini dibatasi oleh masa persiapan *event* PEVS 2024, yang sudah berlangsung cukup lama dan pihak responden dari pengelola akan kurang informatif. Penelitian kualitatif juga biasanya dilakukan dengan sampel yang kecil dan spesifik, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk semua kondisi atau industri. Implementasi yang diidentifikasi dalam penelitian kualitatif tidak selalu dapat diukur secara kuantitatif, sehingga sulit untuk mengaitkannya langsung dengan peningkatan jumlah pengunjung secara statistik.

Selain itu, proses pengumpulan data terkait strategi pemasaran, manajemen *event*, dan perilaku pengunjung mungkin terhambat oleh kurangnya akses ke informasi internal dari penyelenggara acara atau keterbatasan survei yang bisa dilakukan. Hal ini bisa mempengaruhi kelengkapan data yang diperlukan untuk analisis yang komprehensif.