

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di bidang barang maupun jasa saat ini berkembang dengan sangat pesat. Kebutuhan manusia dijadikan sebagai lahan bisnis, salah satunya adalah kebutuhan akan sebuah hiburan atau penyelenggara acara. Jasa penyelenggara acara saat ini semakin diperlukan oleh manusia khususnya masyarakat ibu kota. Hal ini dikarenakan tuntutan dan kesibukan kerja sehari-hari serta perkembangan teknologi yang menuntut akan suatu *event* atau hiburan. *Event* merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal penting manusia, baik individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan pada waktu tertentu untuk tujuan tertentu dan melibatkan masyarakat (Noor, 2019).

Para pelaku *event* di seluruh dunia, dikejutkan dengan munculnya virus baru dinamakan *Coronavirus Disease 2019* atau Covid – 19 pada akhir tahun 2019. Virus ini pertama kali diidentifikasi di kota Wuhan, China dan menyebar dengan cepat, melalui tetesan kecil yang keluar dari hidung atau mulut lalu menempel pada benda mati, seperti uang kertas. Virus yang awalnya berpusat di kota Wuhan, China dalam waktu tiga minggu sudah menyebar ke negara-negara lain, perkembangan virus ini sangat cepat membuat China mengambil tindakan *lockdown* atau menutup pendatang dari negara lain serta larangan bagi penduduk untuk pergi keluar. Berdasarkan referensi yang diambil dari Kompas.com (11/03/20) yang menjelaskan bahwa WHO (*World Health Organization*) selaku organisasi kesehatan dunia menetapkan Covid – 19 sebagai Pandemi dunia pada tanggal 11 Maret 2020 (Dzulfaroh, 2020).

Pandemi adalah suatu wabah penyakit global. Menurut WHO, 2020 dalam (Aeni, 2021), pandemi adalah penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia yang menyerang banyak orang. Pandemi memiliki dampak yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat baik secara sosial maupun secara ekonomi, contohnya semakin banyak Pemutusan Hak Kerja (PHK), proses interaksi manusia jadi

terbatas, dan sektor ekspor impor terganggu. Pada tanggal 2 Maret 2020, Kasus pertama virus Covid – 19 di Indonesia diumumkan oleh presiden Jokowi. Kasus ini ditemukan pada ibu dan anak yang bertempat tinggal di Depok. The Jakarta Post dalam artikel berjudul “*Jokowi Announces Indonesia’s First Two Confirmed Covid – 19 Cases*” menulis bahwa ibu dan anak tersebut berkontak dengan warga Jepang yang berkunjung ke Indonesia lalu pergi ke Malaysia dan dinyatakan *positive* Covid – 19 saat di test pada tanggal 27 Februari 2020 (Garbiano, 2020).

Covid – 19 memberikan dampak dalam penyelenggaraan *event*, Berdasarkan data yang diambil dari *Indonesia Event Industry Council* (IVENDO, 2020), terdapat 96.4 persen penundaan *event* dan 84,8 persen pembatalan *event* di 17 provinsi di Indonesia akibat Covid-19. Akibat hal ini para pelaku *event* diharuskan untuk inovatif dan beradaptasi dengan perubahan yang ada. Para *event organizer*, mengalihkan kegiatan *event offline* atau luring menjadi *event online* atau daring. Berdasarkan referensi yang diambil dari (Tempo.co, 2020) (31/01/21) dijelaskan bahwa *platform online* yang memiliki *Ticketing Management Service (TMS)* bernama LOKET berhasil mendukung kegiatan penyelenggaraan *event online* melalui inovasi yang dilakukan. LOKET berhasil mendukung lebih dari 8 ribu penyelenggara *event* dengan lebih dari 10 ribu penyelenggaraan *event online* selama tahun 2020.

**Gambar 1. 1 Ticket Event Online PT Markplus Indonesia di LOKET**



Sumber: LOKET.com

Terkait fenomena tersebut maka peneliti memilih PT Markplus Indonesia yang telah menjalankan *event online* selama masa pandemi dan kegiatan *event online* PT Markplus Indonesia juga didukung oleh LOKET. PT Markplus Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang konsultan, *research* pemasaran, media, dan komunitas didirikan pada tahun 1990. Dalam perusahaan ini, divisi yang mengerjakan *event* terletak pada divisi Marketeers MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Marketeers sudah menjalankan berbagai macam *event* baik di dalam maupun diluar negeri sejak perusahaan ini didirikan tepatnya 32 tahun yang lalu. Namun semenjak pandemi Covid-19 perusahaan ini harus mengikuti anjuran dari presiden Jokowi untuk menerapkan sistem kerja *Work From Home (WFH)* yang bertujuan untuk mengurangi dampak penyebaran Covid-19 sehingga kegiatan *event* yang biasanya mereka lakukan secara langsung atau *offline* harus diubah menjadi *event* berbasis *online* melalui platform *online* seperti, Hoopin dan Zoom (Ihsanuddin, 2020).

Perubahan yang dihadapi oleh pelaku *event* atau pihak manajemen *event* ini dapat dikatakan sangat mendadak. Manajemen *event* adalah kegiatan professional yang mengumpulkan dan mempertemukan orang dengan suatu tujuan dan memiliki tanggung jawab penuh dalam kegiatan tersebut (Goldblatt, 2013). Akibat pandemi Covid-19 pihak manajemen *event* diharuskan melakukan inovasi dalam dunia *event* agar dapat menyesuaikan dengan perubahan situasi saat ini, seperti yang dikemukakan oleh Rogers dalam teori difusi inovasi dimana proses penyampaian inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Inovasi yang dapat dilakukan oleh PT Markplus Indonesia dengan mengadakan *event online* atau *virtual event*.

Penelitian (Hartono, 2016), menjelaskan bahwa dalam membuat *event* kita perlu mengetahui tujuan dari *event* tersebut. *Event* merupakan strategi komunikasi dari suatu perusahaan, manajemen *event* diperlukan sebagai langkah awal dari perencanaan suatu *event*. Proses manajemen *event* melalui lima tahapan, yaitu riset, desain, planning, koordinasi, dan evaluasi. Sebelumnya peneliti telah melakukan *pra-research* ke PT Markplus Indonesia, dijelaskan bahwa sejak awal pandemi pihak manajemen *event* telah melakukan *research* mengenai kegiatan *event online*, mencari tahu kelemahan dari *event online*, mengerti secara cepat mengenai teknis

*platform online* seperti Hoopin dan Zoom, beradaptasi terhadap sistem multimedia seperti *VMix*, *Resolum*, dan *Online Broadcast System (OBS)*, dan mempelajari lebih dalam tampilan dari *event online* seperti *Sound System*, *Lightning*, dan Multimedia.

Penelitian (Azizah, 2021), menjelaskan bahwa ciri khas dari pelaksanaan *event* di era pandemi Covid-19 adalah dilaksanakan secara virtual atau *online*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar kegiatan manusia dilakukan berdasarkan pada penggunaan teknologi terutama media. Kehadiran media baru ditengah masa pandemi, membuat masyarakat diharuskan mengikuti kemajuan teknologi yang ada, dengan munculnya media baru artinya muncul kesempatan baru untuk mengoptimalkan kehadiran dari media tersebut sebagai media komunikasi (Ananda, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Hernani, 2021), menjelaskan bahwa hadirnya teknologi media baru membuat pola baru dalam bermedia, kemudahan akses dan fasilitas yang dihadirkan oleh teknologi baru membuat semua orang menjadi lebih mudah untuk menggunakannya, khususnya dalam percepatan akses teknologi informasi yang begitu luas dan cepat.

Media baru memungkinkan semua orang untuk berinteraksi dan menghilangkan jarak komunikasi diantara mereka. Hal ini sama dengan kegiatan *event* yang dilakukan secara *online* sejak bulan Maret tahun 2020 oleh PT Markplus Indonesia, yang menggunakan *platform Zoom* sebagai media komunikasi pelaksana kegiatan *event online*. Aplikasi *Zoom* merupakan aplikasi *Video Conference* yang saat ini sudah umum digunakan oleh berbagai kalangan. Pada aplikasi *Zoom* terdapat pilihan *meeting* dan *webinar*, kebanyakan pelaku *event* menggunakan *Webinar* sebagai sarana untuk melaksanakan *event online*. *Webinar* atau *Web-based Seminar* adalah salah satu teknologi dimana pengguna dapat mengadakan seminar, *talkshow*, diskusi, dan acara lainnya (Gogali et al., 2020).

Konsep seminar yang awalnya dilakukan secara tatap muka harus berubah menjadi daring atau *online*, maka penggunaan konsep *Webinar* menurut (Khasanah et al., 2020) merupakan sebuah alternatif dalam kegiatan penyampaian informasi. Menurut (Gogali et al., 2020) *webinar* sukses menjadi inovasi baru di bidang teknologi bagi masyarakat mendapatkan informasi di tengah masa pandemi dan juga sebagai pengganti kegiatan *event offline*. *Webinar* merupakan salah satu media komunikasi yang paling sering digunakan. PT Markplus Indonesia sendiri

melakukan perubahan dan inovasi mengikuti anjuran *physical distancing* atau jaga jarak dan *Work From Home* atau bekerja dari rumah dikeluarkan oleh pemerintah. Kegiatan *event* yang biasanya dijalankan oleh PT Markplus Indonesia secara *offline* atau tatap muka, harus diubah menjadi *event online* atau daring. PT Markplus Indonesia telah menjalankan berbagai kegiatan *event* yang sifatnya *internal* (dalam perusahaan) dan secara *external* (luar perusahaan).

**Tabel 1. 1 Daftar Pelaksanaan Event Online PT Markplus**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Event</b>
Maret 2020	1 event
April 2020	2 event
Mei 2020	2 event
Juni 2020	3 event
Juli 2020	2 event
Agustus 2020	6 event
September 2020	10 event
Oktober 2020	4 event
November 2020	6 event
Desember 2020	5 event
Januari 2021	6 event
Februari 2021	4 event
Maret 2021	12 event
April 2021	11 event
Mei 2021	14 event

Sumber: PT Markplus Indonesia Tahun 2020 – 2021.

Data diatas merupakan data pelaksanaan kegiatan *event online* yang telah dijalankan oleh PT Markplus Indonesia sejak tahun 2020-2021, dalam data tersebut terlihat para manajemen *event* PT Markplus Indonesia telah menjalankan banyak *event online* selama pandemi dengan berbagai tema menggunakan *platform zoom webinar* sebagai media komunikasi mereka dan *target audiences* dari setiap *event* juga berasal dari berbagai macam kalangan dan jenis usia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2021), budaya komunikasi virtual merupakan suatu kebiasaan baru yang dilakukan oleh masyarakat di masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan suatu media. Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan jasa *event organizer* untuk menjalankan *event online* mereka, agar mencapai tujuan mereka dan berjalan sesuai dengan rencana. Jenis *event* pun beraneka ragam mulai dari *organizational event* hingga *personal event*.

Akibat hal tersebut PT Markplus Indonesia harus selalu melakukan berinovasi dalam membuat *event online*, agar menarik perhatian masyarakat untuk menyaksikan *event online* yang diselenggarakan oleh PT Markplus Indonesia, membangun kreatifitas dari para manajemen *event* serta meningkatkan kualitas serta kinerja dari para manajemen *event* perusahaan dalam menjalankan *event online*. Dibawah ini merupakan contoh *flyer event* yang diselenggarakan oleh PT Markplus Indonesia.

**Gambar 1. 2 Contoh Flyer Event Online PT Markplus**



Sumber: PT Markplus tahun 2021

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti PT Markplus Indonesia untuk dijadikan objek penelitian kualitatif, karena perusahaan ini telah melaksanakan berbagai macam *event online* sejak awal pandemi pada bulan Maret 2020 dan telah melakukan berbagai inovasi setiap melaksanakan kegiatan *event online*. Penelitian ini juga untuk menjawab permasalahan yang akan penulis teliti. Data yang akan didapatkan berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dari hasil wawancara kepada narasumber internal dan eksternal PT Markplus Indonesia yang terkait dengan penelitian ini. Penggunaan pendekatan studi kasus ini diyakini dapat menjelaskan dan menganalisis secara mendalam mengenai data yang diperlukan untuk melengkapi penelitian ini.

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, dapat di rumuskan pertanyaan penelitian menjadi dua kategori :

1. Bagaimana proses inovasi PT Markplus Indonesia dalam melakukan perubahan penyelenggaraan *event offline* menjadi *event online* di masa pandemi?
2. Bagaimana kendala yang terjadi dalam menjalankan bentuk-bentuk inovasi penyelenggaraan event online oleh PT Markplus Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini terbagi menjadi dua tujuan, yaitu :

1. Secara umum, untuk mengetahui proses dan bentuk inovasi PT markplus Indonesia dalam melakukan perubahan penyelenggaraan *event offline* menjadi *event online* di masa pandemi.
2. Secara khusus, untuk mengetahui proses inovasi, bentuk-bentuk serta kendala dalam inovasi yang dihadapi oleh PT Markplus Indonesia dalam berinovasi selama menjalankan *event online* selama masa pandemi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis:**

Penelitian diharapkan dapat dijadikan referensi dan wawasan bagi peneliti maupun pihak lain dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam penelitian kualitatif mengenai inovasi *event online* perusahaan dimasa pandemi dengan menggunakan teori difusi inovasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis :**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk perusahaan dan memberikan informasi serta wawasan khususnya bagi para pelaku *event* dalam melakukan inovasi dimasa pandemi.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang telah disusun secara tertata oleh peneliti, sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah yang membahas mengenai gap dan urgensi penelitian, rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai proses, bentuk, dan kendala inovasi yang dilakukan oleh PT Markplus Indonesia dalam menjalankan *event online* di masa pandemi, tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses, bentuk, dan kendala dalam perubahan penyelenggaraan event offline menjadi online selama masa pandemi, manfaat penelitian terbagi menjadi dua yaitu akademis dan praktis, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi konsep penelitian mencakup *event online*; *event organizer*; manajemen event; media baru; media massa; internet. Teori penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi. Kerangka berfikir.



### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi Metode Penelitian Kualitatif, Pendekatan Penelitian yang digunakan berupa Studi Kasus, Teknik Pengumpulan Data yang berasal dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder, Penentuan Key Informan dan Informan yang merupakan karyawan PT Markplus Indonesia; dosen *event management* LSPR Jakarta; dan peserta *event online* PT Markplus Indonesia, Teknik Analisis Data menurut Moleong, Teknik Keabsahan Data berupa Triangulasi Sumber, dan Waktu dan Lokasi penelitian di kantor pusat PT Markplus Indonesia yang terletak di Lantai 8 Tower A Office 88 Kota Kasablanka, Jakarta Selatan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai temuan data penelitian yang berasal dari wawancara dan observasi terfokus, yang telah dianalisis berdasarkan teori yang digunakan dan menjadi jawaban untuk rumusan masalah penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari proses inovasi manajemen *event* PT Markplus Indonesia dalam mengadakan *event online* dimasa pandemi serta saran yang terbagi menjadi dua yaitu secara praktis dan teoritis sebagai penutup pada penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi referensi pendukung dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, dan referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **LAMPIRAN**

Berisikan data pendukung yang diperlukan untuk penelitian ini.