

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Signifikasi Penelitian

Dunia jasa *Event Organizer* saat ini semakin inovatif dan kreatif. *Event Organizer* sendiri pada dasarnya membantu kliennya agar dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan. Hal ini terjadi karena keterbatasan sumber daya atau waktu yang dimiliki klien, namun penggunaan jasa *Event Organizer* yang profesional juga ditunjukkan agar mampu menghasilkan acara yang berkualitas. *Event Organizer* sudah berkembang pesat dan pada awalnya bergerak dibidang pertunjukan musik, pameran produk, acara adat, hingga *wedding* pun tersedia.

Banyak klien atau pengguna jasa *Event Organizer* yang terdiri dari perorangan, perusahaan dan pemerintahan untuk *me-create* dan mengorganisir *event* sesuai apa yang diinginkan agar terealisasi dengan baik. Mayoritas perusahaan swasta maupun pemerintahan berorientasi untuk memberikan kepercayaan pada pihak kedua yaitu *Event Organizer*, dalam pemasaran atau branding produk perusahaan, termasuk acara-acara internal perusahaan. Secara garis besar *Event Organizer* menjadi media eksternal yang dibutuhkan perusahaan.

Perusahaan *Event Organizer* (EO) makin dibutuhkan di saat seperti sekarang. Acara - acara perorangan, perusahaan swasta dan pemerintahan yang sering menggunakan jasa *Event Organizer* (EO), yaitu acara yang bersifat di dalam ruangan (*indoor*) ataupun acaranya di luar ruangan (*outdoor*). Acara tersebut nilainya mencapai ratusan juta lebih tergantung jenis *event* yang di selenggarakan, seperti *event* ulang tahun perorangan, *diesnatalis* perusahaan, *diesnatalis* kota/kabupaten, *wedding*, *launching* produk, *exhibition*, pameran, *gathering*, rapat koordinasi dan lain lain. Acara terselenggara dengan baik apabila perusahaan *Event Organizer* (EO) yang di tunjuk berpengalaman, profesional, dan memiliki izin usaha yang lengkap. Faktanya suksesnya penyelenggara sebuah acara, dibutuhkan pemikiran dan

koordinasi yang berkesinambungan dengan pihak pengguna jasa, terlebih bila acara tersebut merupakan acara yang sangat dinantikan. Konsep acara menjadi ujung tombak pemasaran suatu produk atau acara yang dihadiri pejabat-pejabat negara. *Event* yang membutuhkan kerja keras tidak lagi membuat panik sang penyelenggara. Hal ini dikarenakan jasa *Event Organizer (EO)* telah siap merangkul penyelenggara acara untuk menyelesaikan semuanya. Dari makanan hingga penginapan, talent atau artis pengisi acara, *stage*, alat-alat *show* seperti multimedia *show*, multi kamera, *lighting system*, dan transportasi hingga dekorasi pun siap untuk dilaksanakan.

Di Indonesia perusahaan *Event Organizer (EO)* semakin berkembang jumlahnya di Ibu Kota Jakarta sehingga persaingan semakin kompetitif. Masing-masing menawarkan kreatifitas dan pengalaman dalam mengorganisir acara. Tolak ukur pemilihan perusahaan *Event Organizer (EO)* oleh pengguna jasa adalah lebih ke pengalaman, ide kreatif event dan harga yang bersaing. Selain itu tingkat hubungan baik antar perusahaan *Event Organizer (EO)* dibutuhkan untuk bersinergi dalam hal kebutuhan alat pendukung utama event untuk menekan *cost* produksi dalam hal penyewaan alat tersebut. Selain itu banyak *broker* perusahaan *Event Organizer (EO)* yang menjadi masalah karena harga produksi meningkat dengan sistem monopoli vendor atau *venue* lokasi yang digunakan. Jika melihat situasi seperti ini untuk bersaing dibutuhkan sistem pemasaran yang baik dan efisien, selain portofolio fisik dan digital (*website* dan *media social update*). Perusahaan *Event Organizer (EO)* harus memiliki kantor dan investasi alat-alat utama event seperti *workshop stage*, multimedia *preview* (LED dan Projector), multi kamera dan *lighting* sistem, sehingga klien memberikan kepercayaan dan yakin tentang kualitas perusahaan *Event Organizer* tersebut. Perkembangan jasa *Event Organizer* hadir sebagai alternatif ketika penggunaan media baik cetak maupun elektronik tidak lagi efektif dalam menyampaikan pesan kepada sasaran. *Event organizing* secara praktis merupakan bentuk konkrit dari bisnis jasa komunikasi baik oleh perusahaan itu sendiri atau dengan menyewa jasa *Event Organizer*, pada prinsipnya *Event Organizer* memberdayakan sumber daya manusia untuk merancang sebuah acara dengan tujuan

mendatangkan *benefit* secara material atau pun *non-material* bagi perusahaan dan sasaran khalayak, baik dan dapat dipertanggung jawabkan.

PT Visi Anak Negeri adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa *Event Organizer* (EO), media komunikasi, dan *creative work* yang berlokasi di Graha Visi Anak Negeri, Jalan Hanglekir Raya No. 14A Gunung, Kebayoran Baru Jakarta Selatan - DKI Jakarta 12120. PT Visi Anak Negeri berdiri sejak tanggal 3 Maret 2012. Hingga saat ini 2018 (6 tahun) PT Visi Anak Negeri tetap berdiri dan konsisten didalam bidang jasa *Event Organizer*(EO), media komunikasi dan *creative work*. PT Visi Anak Negeri saat ini memiliki sumber daya manusia yang kompeten, berpengalaman dalam jasa *Event Organizer*, industri iklan, kritis, *outstanding* dan profesional adalah aset utama dari PT Visi Anak Negeri. Selain sumber daya manusia yang dimiliki, yang membedakan PT Visi Anak Negeri dengan para pesaingnya adalah pada saat produksi event dan iklan yang dikerjakan PT Visi Anak Negeri menggunakan orisinil ide kreatif dan di tunjang dengan alat produksi utama milik sendiri tanpa menggunakan vendor atau rekanan. Sehingga selain kualitas tetap terjaga dengan baik PT Visi Anak Negeri bisa memberikan harga yang kompetitif.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk memilih PT Visi Anak Negeri sebagai objek penelitian dengan judul penelitian skripsi, *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Visi Anak Negeri Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Event Organizer*, khususnya tentang bagaimana strategi PT Visi Anak Negeri dalam meningkatkan pengguna jasa *Event Organizer*.

1.2 Fokus Penelitian

Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Pengguna Jasa *Event Organizer*, dimana strategi komunikasi pemasaran dapat menjadi solusi sebagai pemasaran sebuah perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan maupun pengguna jasa *Event Organizer*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan PT Visi Anak Negeri dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa *Event Organizer*?
2. Apa saja tahapan strategi komunikasi pemasaran PT Visi Anak Negeri dalam melaksanakan strategi tersebut?
3. Apa saja kendala dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran PT Visi Anak Negeri?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Visi Anak Negeri dalam meningkatkan pengguna jasa layanan *Event Organizer*. Dan mengetahui apa saja kendala yang dirasakan PT Visi Anak Negeri dalam melaksanakan strategi yang sedang dijalankan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, manfaat penelitian ini untuk menambah wawasan terkait dengan strategi komunikasi pemasaran dan ilmu periklanan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada *event organizer* terkait strategi apa yang bisa dipakai untuk meningkatkan pengguna jasa *Event Organizer*.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, peneliti membuat kerangka sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Didalam bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Didalam bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, teknik pengumpulan data, penetapan Informan, analisis data, keabsahan data, serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atas solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran dan kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

BAB V PENUTUP

Menyatakan pemahaman penulis tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Berisi mengenai data-data pendukung untuk penelitian ini.