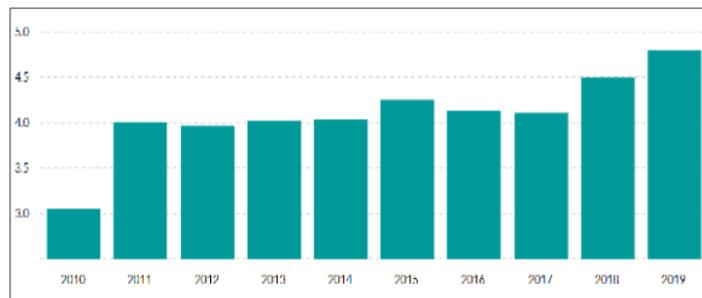


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan sektor penting bagi perekonomian Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, kontribusi sektor pariwisata telah meningkat pesat. Hal tersebut dapat terlihat pada nilai kontribusi industri pariwisata terhadap total omzet ekspor barang dan jasa yang telah meningkat 7% dari tahun 2005 sampai 2012, yang pada awalnya hanya 10% telah meningkat menjadi 17%. Industri pariwisata memberikan kontribusi langsung terhadap PDB sebesar 4,8% pada tahun 2019, terjadi peningkatan nilai sebesar 0,30 poin dibandingkan tahun 2018 sebesar 4,5% (Kemenparekraf, 2020). Peningkatan kontribusi ini terutama didukung oleh meningkatnya jumlah wisatawan asing dan domestik serta meningkatnya jumlah investasi di sektor pariwisata.

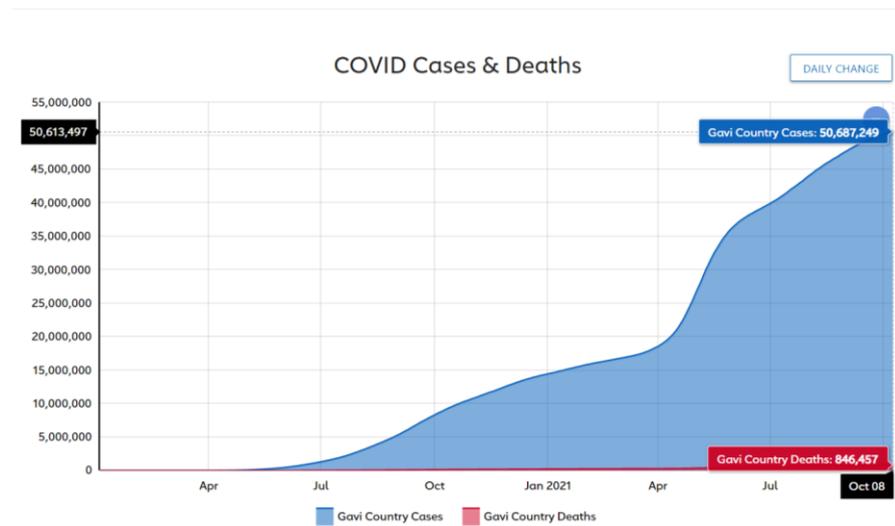


**Gambar 1.1 Grafik Kontribusi Pariwisata terhadap PDB 2010-2019**

**Sumber:** Kementerian Pariwisata, 2020

Di tahun 2020, perekonomian di seluruh negara terkena imbas oleh pandemi virus Corona. Infeksi ini telah ditetapkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) sebagai pandemi. Sebuah pandemi memiliki tiga kualitas, khususnya itu adalah jenis infeksi lain, dapat mencemari banyak individu secara efektif, dan

metode yang terlibat dengan penyebaran antar orang mahir. Virus Corona memenuhi ketiga karakter tersebut karena sampai saat ini sudah terdapat lebih dari 50 juta kasus dan tersebar di 215 negara. WHO memberi nama otoritas Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) untuk infeksi ini.



**Gambar 1. 2 Total kasus COVID-19**  
**Sumber:** <https://www.gavi.org/covid19/dashboard, 2021>

Pandemi COVID-19 membawa banyak perubahan permintaan dunia dalam kurun waktu yang singkat. Perubahan ini menyebabkan kekacauan sosial di berbagai bagian kehidupan individu. Hal ini terjadi karena masyarakat setempat tidak bersedia untuk meninggalkan sifat-sifat dan kebiasaan-kebiasaan yang telah dibuat dan mereka pegang sampai sekarang. Berbagai upaya dilakukan otoritas publik untuk memutus mata rantai penyebaran COVID-19, salah satunya dengan memberikan strategi pemisahan sosial atau disebut juga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia.

Pembatasan sosial adalah strategi yang mengharapkan individu untuk menjaga pemisahan yang sebenarnya antara orang-orang ketika melakukan kegiatan atau berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan aturan

Permenkes No. 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 menyatakan beberapa hal harus dilaksanakan oleh masyarakat, di antaranya ialah meliburkan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan dan tempat umum, pembatasan kegiatan sosial dan budaya, pembatasan moda transportasi, serta pembatasan husus terkait aspek keamanan dan pertahanan. PSBB pertama dilaksanakan di Provinsi DKI Jakarta pada tanggal 10-24 April 2020, diikuti oleh provinsi Jawa Barat, Gorontalo dan Sumatera Barat.

Pada bulan Juni 2020 kemudian diberlakukan PSBB Transisi, atau bisa dikatakan sebagai masa Normal Baru (*New Normal*). Dengan kata lain, masyarakat dapat keraktivitas kembali namun dengan pemantauan ketat terkait protokol kesehatan. Di antaranya adalah selalu menggunakan masker, mencuci tangan dengan sabun, dan tetap menjaga jarak satu sama lain. Hal ini dilakukan karena adanya penurunan aktivitas ekonomi di masyarakat. Pada masa ini dilakukan pembukaan kembali tempat-tempat ibadah, aktivitas perkantoran dan pusat perbelanjaan, tempat rekreasi dan salon, dan tempat lainnya dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang baik.

Pada Januari 2021 diberlakukan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dikarenakan kenaikan jumlah kasus positif pada bulan Desember dan Januari 2021. Kebijakan PPKM diatur dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri No. 1 Tahun 2021, diterapkan di tujuh provinsi Jawa-Bali. Di antaranya adalah provinsi DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DI Yogyakarta, dan Bali.

Pada skema PPKM, kegiatan masyarakat dibatasi dengan ketentuan di

antaranya ialah melaksanakan kegiatan bekerja/perkantoran secara *Work from Home* sebesar 75% dan *Work from Office* sebesar 25%, melaksanakan kegiatan sekolah secara *online*, pengaturan jam operasional di sektor esensial yang berkaitan dengan kebutuhan pokok masyarakat, pembatasan kapasitas pada restoran, pusat perbelanjaan, dan tempat-tempat lainnya. Dengan pengaturan ini, banyak organisasi di Indonesia yang melakukan latihan telecommute (WFH) atau telecommuting menggunakan berbagai aplikasi canggih seperti *Zoom*, *Microsoft Teams* dan lainnya untuk tetap berhubungan.

Berbagai sektor bisnis terdampak secara finansial akibat pandemi COVID-19. Industri *Event* merupakan salah satu industri bisnis dan pariwisata yang paling terpuak akibat pandemi ini. Hal ini dikarenakan sektor bisnis melibatkan banyak orang dan beroperasi di satu tempat. Dengan adanya kebijakan tersebut perusahaan di industri *Event* tidak dapat mempertahankan aktivitasnya seperti sebelumnya dan harus beradaptasi dengan kebijakan ini. Penyesuaian dapat dilakukan dengan mengadakan acara secara daring atau *online*, ada banyak platform yang dapat mendukung hal ini seperti *Youtube*, *Zoom*, *Instagram*, *Facebook* dan banyak lagi.

Menurut laporan investigasi berjudul Dampak Wabah Covid-19 pada Industri Acara di Indonesia yang dirilis pada 19 Maret 2020, menunjukkan bahwa industri penyelenggaraan acara seperti *Event Organizer* dan *Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition* (MICE) kehilangan potensi pendapatan. Diperkirakan Rp 2,69 hingga Rp 6,94 triliun. Potensi kerugian ini terjadi karena 96,43% acara di 17 provinsi di Indonesia harus ditunda karena pandemi. Selain itu, 84,20% lainnya terpaksa dibatalkan.

Menurut Goldblatt (2014), *Event* adalah kegiatan tunggal yang dilakukan

dengan prosesi dan ritual untuk mencapai suatu hasil yang telah ditentukan. Evolusi media yang cepat membuka peluang dan tantangan baru dalam industri acara. Kemunculan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Youtube*, *Pinterest* dan *Instagram* membuat para *event planner* beradaptasi untuk menghadirkan konsep yang lebih modern di *event-event* mendatang (Goldblatt, 2014). Untuk dapat melaksanakan dan menyelenggarakan suatu acara dengan baik, diperlukan kemampuan dan kemampuan untuk mengendalikan tujuan, orang dan tempat yang dikenal dengan *event management* (Raj, Walters & Rashid, 2013).

Banyak pelaku usaha di industri *Event* dipaksa untuk mengerahkan segenap hati dan pikirannya untuk bisa bertahan dalam kondisi saat ini. Menurut Ketua Dewan Industri *Event* Indonesia (Ivendo), banyak perusahaan di industri ini yang berhenti beroperasi karena berbagai alasan seperti hilangnya biaya produksi yang sebelumnya telah dikeluarkan untuk *Event* tahun 2020, batalnya perencanaan bisnis dan *Event* karena pandemi, SDM yang tidak kompeten, dan masih banyak lagi.

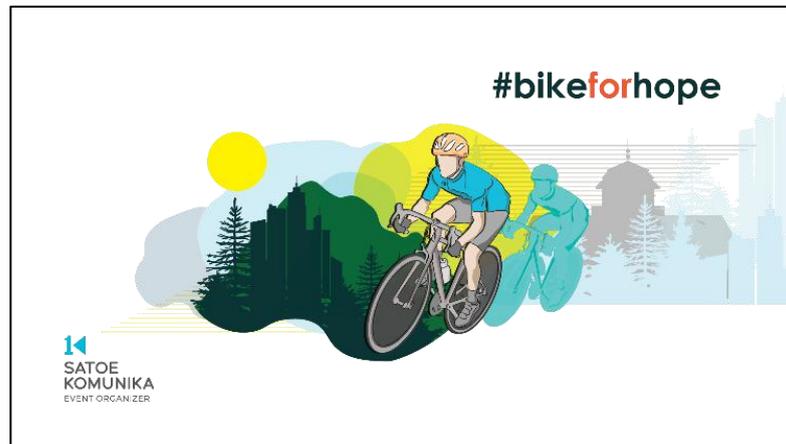
Menurut survei yang dilakukan oleh *Professional Conference Management Association* (PCMA), 7 dari 10 perusahaan mengubah acara mereka menjadi acara *virtual* (Choi, 2020). Melaksanakan acara secara *virtual* dinilai dapat menjadi salah satu solusi untuk mengembalikan produktivitas masyarakat dalam pelaksanaan acara-acara yang melibatkan banyak orang di dalamnya, namun tetap dapat terjaga dari pandemi Covid-19. Acara pernikahan, *meeting* kantor, transaksi jual beli barang dan kebutuhan sehari-hari, pembelajaran di sekolah dan kampus, dan banyak kegiatan lain yang bisa dilakukan secara *virtual*. Karena pelaksanaan acara secara *virtual* atau daring bisa dilakukan dimana saja, dapat

diikuti oleh banyak orang, dan tentu tetap terjaga dari penularan Covid-19 karena dapat dilakukan dari tempatnya masing-masing dan tidak menimbulkan kerumunan. Salah satu *event organizer* di Indonesia yang melakukan pelaksanaan *event secara virtual* tersebut adalah Satoe Komunika.

Satoe Komunika merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *event organizer*, perusahaan ini sudah aktif mengadakan berbagai kegiatan *event* sejak tahun 2000. Beberapa *Event* yang pernah dilaksanakan oleh Satoe Komunika antara lain Peningkatan Disiplin dan Jiwa Korsa Pegawai dari KSOP II Teluk Bayur, *Soft Launching* Pelabuhan Internasional Patimban dari Kementerian Perhubungan RI, Ciayumajakuning *Entrepreneur Festival* dari Bank Indonesia Cirebon, *Groundbreaking* Proyek Pembangunan Kolam Retensi Andir dari PT Adhikarya, dan banyak *event* lainnya. Dengan adanya pandemi COVID-19, tidak menghentikan Satoe Komunika untuk terus menghadirkan *event-event* berkualitas. Salah satu *event* yang dikelola oleh Satoe Komunika pada saat pandemi COVID-19 melanda adalah *Bike For Hope*. Hal ini membuat Satoe Komunika menjadi *event organizer* pertama yang mengadakan *Event* bersepeda *virtual* secara serentak di Indonesia.

*Bike for Hope* adalah suatu kegiatan bersepeda & Charity menelusuri tempat – tempat ikonik di Kota Bandung sebagai tujuan/tantangan dengan tetap menerapkan protokol kesehatan pandemi covid-19 serta ketentuan bersepeda aman dari Dinas Perhubungan. Program ini dibuat untuk lebih mendukung kegiatan bersepeda yang sedang marak dimasyarakat serta sebagai sarana sosialisasi aman bersepeda juga charity untuk pelaku wisata yang terdampak covid-19. Kepada peserta yang berpartisipasi dalam program ini selain manfaat sehat dari bersepeda, peserta juga berkesempatan mengikuti undian *doorprize &*

*grand prize* menarik yang akan disuguhkan secara *virtual (Live Streaming)* sebagai acara puncak. Acara ini digelar dari 17-22 Agustus 2020.



**Gambar 1.3** Poster *Bike for Hope*

*Sumber: Satoe Komunika*

Tranformasi proses perencanaan dan pelaksanaan *event* yang sebelumnya dilakukan secara *offline* menjadi *online*, serta menjadikan *event virtual* sebagai solusi dalam pelaksanaan *event* di masa pandemi membuat peneliti tertarik untuk mengkaji strategi yang digunakan oleh Satoe Komunika dalam menggelar *virtual event Bike for Hope 2020* di masa pandemi COVID-19.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Satoe Komunika adalah perusahaan yang sudah cukup lama berkiprah dalam industri *event* di Indonesia. Di tengah pandemi COVID-19, berbagai sektor bisnis pariwisata merugi, salah satu yang terkena dampak paling besar adalah industri *event* dan pariwisata. Masyarakat harus mencanangkan strategi baru untuk dapat bertahan pada kondisi saat ini. Salah satu strategi yang dilakukan oleh *Event Organizer Satoe Komunika* adalah dengan mengadakan *event* secara daring dan *virtual*, yaitu dengan mengadakan *event Bike for Hope* pada tahun 2020.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diambil, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Mengapa *Event Virtual* dapat menjadi solusi dalam pelaksanaan *event* di masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan Satoe Komunika dalam menyelenggarakan *virtual event Bike for Hope*?
3. Apa hambatan yang dihadapi oleh Satoe Komunika dalam menyelenggarakan *virtual event Bike for Hope*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui alasan *Event Virtual* dapat menjadi solusi dalam pelaksanaan *event* di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan Satoe Komunika dalam menyelenggarakan *virtual event Bike for Hope*.
3. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh Satoe Komunika dalam menyelenggarakan *virtual event Bike for Hope*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Bagi kampus Universitas Sangga Buana YPKP, peneliti berharap penelitian ini kedepannya akan bermanfaat sebagai referensi atau kajian pihak lain yang melakukan penelitian serupa dan menjadi kajian pustaka tambahan di Universitas Sangga Buana YPKP. Kajian ini memuat pokok bahasan strategi *event management* di masa pandemi COVID-19 yang masih sedikit dijadikan

sebagai topik penelitian.

Peneliti berharap dengan melakukan penelitian bertajuk ‘STRATEGI KOMUNIKASI PENYELENGGARAAN VIRTUAL EVENT DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pelaksanaan *Event Bike for Hope* oleh *Event Organizer Satoe Komunika Tahun 2020*)’ akan membantu mahasiswa ataupun peneliti lain dengan topik penelitian *Event Management* dan Transformasi Digital. Penulis berharap penelitian dengan topik *Event Management* akan semakin banyak diminati para peneliti. Dengan topik industri *event* di masa pandemi, diharapkan juga bisa bermanfaat sebagai informasi untuk mendukung para penelitian yang membahas *event management*.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Peneliti percaya bahwa penelitian ini dapat bermanfaat untuk kegiatan yang wajar dalam menyortir *event* melalui tahap *virtual*, mengingat tahap dalam perencanaan dan pelaksanaan. Selain itu, dengan pemeriksaan ini, para profesional di bidang *event* juga fokus pada elemen *event* yang sebenarnya, sehingga para ahli ini dapat menyusun *event* yang sesuai dan dapat menghindari kesalahan yang terkandung dalam *event* dalam penelitian ini. Dalam konteks *Event* berbasis *virtual* platform, peneliti kedepannya berharap *Event* yang diadakan akan menjadi lebih bervariasi dan kreatif. Bagi Satoe Komunika, diharapkan penelitian ini bisa berguna untuk bahan evaluasi strategi *Event management* di masa yang akan datang.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari rangkuman teori komunikasi, konsep *Event management process*, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

### **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan sejak Juni sampai dengan November 2021. Berlokasi di kantor *Event Organizer Satoe Komunika* yang beralamatkan di Jl. Sumur Bandung No.6, Lb. Siliwangi, Kec. Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia.