

“KONSEP DASAR EVENT”

Kuliah tgl 28,29 May 2024

Disampaikan : Dr. Abdul Haris, M.Si

Pengertian Event

Event adalah suatu agenda, kegiatan atau festival tertentu yang menunjukkan, menampilkan dan merayakan untuk memperingati hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan mengkomunikasikan pesan-pesan kepada pengunjung.

Event adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka mendapatkan suatu informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diselenggarakan oleh penyelenggara.

Berikut definisi dan pengertian event dari beberapa sumber buku:

- Menurut Kennedy (2009), event adalah pameran, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung.
- Menurut Sulaksana (2003), event merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens sasaran.
- Menurut Allen (2002), Event adalah suatu ritual istimewa penunjukan, penampilan, atau perayaan yang pasti di rencanakan untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama.
- Menurut Noor (2009), event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang berhubungan secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Jenis-jenis Event

Menurut Noor (2009), terdapat empat jenis event, yaitu Leisure Event, Cultural Event, Personal Event, dan organizational Event. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. **Leisure Event.** Merupakan kategori event yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung.
2. **Personal Event.** Kegiatan yang didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori event ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada personal event adalah penyelenggaraan pesta pernikahan dll.

3. **Cultural Event.** Merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan cultural event terkemas lebih menarik serta mampu menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era modern sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.
4. **Organizational Event.** Bentuk event yang diselenggarakan pada organizational event adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk event pada organizational event antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/expo yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/perusahaan dengan kepentingan organisasi/perusahaan tersebut.

Menurut Abdullah (2009), berdasarkan ukuran dan skala event dibagi menjadi tiga jenis, yaitu: mega event, medium event dan mini event. Penjelasan ketiga event tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Mega Event.** Adalah event yang merujuk pada kriteria diikuti pengunjung internasional, regional setidaknya lima negara, pengunjung dalam jumlah total keseluruhan berdasarkan total durasi (lama) kegiatan lebih dari satu juta orang pengunjung, investasi yang lebih besar, keuntungan lebih besar, berdampak besar pada ekonomi masyarakat dan diliput oleh media secara luas. Event yang masuk dalam kategori sangat besar ini seperti Olimpiade, Piala Dunia, MTQ internasional.
2. **Medium Event.** Adalah event dengan kegiatan event menengah yang dikunjungi antara seratus ribu orang sampai dengan satu juta orang pengunjung, berdampak secara nasional.
3. **Mini Event.** Adalah event dengan kegiatan yang diikuti oleh kurang dari seratus ribu orang pengunjung dan bersifat lokal.

Sedangkan menurut Ruslan (2005), berdasarkan jenis acara yang diselenggarakan terdapat beberapa jenis event, yaitu sebagai berikut:

1. **Hari-hari dan pekan-pekan khusus.** Suatu organisasi sering kali memilih suatu hari atau pekan-pekan tertentu yang diresmikan untuk tujuan dan kegiatan organisasinya yang ditetapkan secara resmi. Jika ini tercapai, maka berbagai aktivitas yang telah direncanakan organisasi untuk peristiwa khusus ini akan memperoleh perhatian publik.
2. **Pameran dan pertunjukan.** Pameran dan pertunjukan barang dan jasa yang telah memikat minat khalayak adalah segi penting dari kebanyakan program. Pameran dagang bisnis dan profesional, pekan raya internasional serta pameran lokal dan regional menyediakan berbagai sarana untuk dipertunjukkan.
3. **Rapat dan konferensi.** Konferensi, konvensi dan rapat diselenggarakan dengan para pemuka pendapat dan tokoh masyarakat dari luar contohnya adalah pertemuan

tahunan dan regional para pemegang saham menyediakan berbagai forum guna melaporkan kedudukan keuangan perusahaan.

4. **Peringatan.** Upacara peringatan dari organisasi bisnis dan sosial menciptakan suatu kesempatan berkomunikasi dengan publik yang berkenaan dengan kemajuan, presentasi dan sumbangan organisasi. Tujuannya adalah menumbuhkan perasaan bangga dan kepercayaan diri bagi publiknya.
5. **Hadiah khusus.** Berbagai hadiah khusus bagi para karyawan, pemilik saham, pedagang atau para pelanggan merupakan kesempatan yang baik.
6. **Open House.** Open house merupakan peristiwa khusus yang dilaksanakan secara besar-besaran dalam berbagai program hubungan perusahaan. Berbagai publik diundang pada peristiwa itu yang meliputi kunjungan ke pabrik, pameran, film dan lain-lain.
7. **Kontes.** Berbagai kontes bagi para konsumen, pemilik saham, para karyawan dan para pedagang terkandung ke dalam berbagai program public relation di beberapa organisasi.
8. **Parade dan pawai.** Parade dan pawai memegang peranan dalam program hubungan dengan komunitas di beberapa organisasi.
9. **Peristiwa kemasyarakatan yang disponsori.** Organisasi industri dan non-profit serta angkatan bersenjata mensponsori berbagai peristiwa kemasyarakatan setempat di mana mereka memiliki sarana guna tujuan pemberitaan tentang berbagai kegiatan dan membantu perbaikan umum kepada masyarakat, pendidikan, kegiatan kebudayaan, kesehatan, hiburan, dan kepemudaan.
10. **Organisasi yang disponsori.** Berbagai perusahaan mensponsori organisasi dan masyarakat untuk menunjukkan itikad baik bagi dukungan sebuah perusahaan atau organisasi.
11. **Peresmian.** Peresmian sarana dan jasa baru memberikan peluang penting.

Karakteristik Event

Menurut Noor (2009), sebuah event yang menarik harus memiliki karakteristik dalam penyelenggaraannya, yaitu mempunyai ciri tersendiri dan cenderung memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya. Adapun karakteristik event yang bagus adalah sebagai berikut:

a. Uniquenesses

Kunci utama suksesnya sebuah event adalah pengembangan ide sehingga event memiliki keunikan tersendiri. Event dengan warna yang berbeda, tidak akan mudah untuk dilupakan oleh target audience. Keunikan dapat berasal dari peserta yang ikut serta, lingkungan sekitar, pengunjung pada event tersebut serta beberapa hal lainnya sehingga membuat event menjadi unik dan berbeda dari yang lainnya.

b. Perishability

Yang dimaksud dengan perishability adalah kemungkinan terjadinya event yang tidak sesuai dengan rencana atau acara tidak hidup sehingga kurang memuaskan. Apabila event tidak dikemas dengan baik maka target-target yang ingin dicapai di acara tersebut tidak akan tercapai.

c. Intangibility

Setelah menghadiri event, yang tertinggal di benak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari penyelenggaraan event. Bagi penyelenggara hal ini merupakan tantangan untuk mengubah bentuk pelayanan intangible menjadi sesuatu yang berwujud sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam event mampu mengubah persepsi pengunjung. Seperti penggunaan audio visual yang berkualitas yang akan selalu diingat oleh pengunjung event.

d. Personal Interaction

Personal interaction merupakan salah satu karakteristik yang penting pada saat event berlangsung. Pengunjung yang datang pada suatu event juga memiliki peran yang besar terhadap suksesnya event. Sebagai contoh, keterlibatan aktif penonton pada event konser musik dimana penonton dilibatkan untuk bernyanyi sehingga mereka berkontribusi pada terselenggaranya event tersebut.

<https://www.kajianpustaka.com/2019/04/manajemen-event.html>

Tips Membuat Event Yang Baik dan Menarik

Dengan mengadakan suatu event berarti kamu telah menampilkan sisi kreatif dari eksistensimu, baik personal maupun kelompok. Sebenarnya kesuksesan suatu event garapan kamu bukan di ukur dari total pengunjung, melainkan efek setelah pengunjung menikmati event yang kamu suguhkan. Kenali Event

Berkenalan berarti kamu mencoba untuk mencari tahu. Dalam proses mencari tahu, biasanya kamu akan melakukan analisa. Dalam hal ini analisa yang kamu lakukan adalah analisa tema. Analisa tema merupakan cara untuk mengarahkan kamu menuju konsep apa yang akan kamu tampilkan dalam sebuah event. Ini penting, kenapa? Karena tema dan konsep secara keseluruhan akan mengemas visi dan misi yang mau kamu sampaikan. Selain itu, kamu juga akan mendapatkan gambaran anggaran dana yang efisien, sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk menjadi tim dan yang pasti target pasar seperti apa yang menjadi sasaran. Rancang Event

Perancangan suatu event sangatlah penting, sebab ini merupakan pondasi dari suksesnya suatu acara. Rancangan dimulai dari visi dan misi, bentuk kepanitiaan, rancang timeline, anggaran dana, rundown acara, serta waktu dan tempat pelaksanaan. Sebelum menentukan visi dan misi, ada baiknya membuat momentum terlebih dahulu sebagai komponen dasar dalam membuat sebuah event. Momentum saya masukkan sebagai komponen dasar penyelenggaraan acara, walaupun komponen ini bersifat optional saja, tapi cukup penting dan memiliki pengaruh yang luar biasa dalam menarik animo dari para target audiens maupun sponsor. momentum dapat dilihat dari kalender apapun, mulai dari kalender pendidikan, kalender hari besar keagamaan, kalender hari besar nasional, ataupun kalender hari besar atau peringatan yang diperingati oleh seluruh dunia secara bersamaan Visi dan Misi : sesuatu yang sederhana tapi mempunyai dampak besar bagi komitmen setiap anggota tim. Fungsinya agar goals antara penggagas dengan anggota tim sejalan sehingga tidak ada miscommunication selama proses pengerjaan & pelaksanaan. Pembagian Tugas : setiap divisi wajib dijabarkan jobdesc-nya agar setiap anggota tidak kebingungan dalam melakukan peran & tugasnya. Pastikan orang yang berada di setiap divisi sesuai passion yang mereka miliki. Rancang Timeline : timeline sangat penting untuk mengkontrol progress acara, sudah sampai mana team melakukan persiapan sebelum hari H, dan hal apa saja yang menjadi kekurangan. Ini bertujuan untuk melakukan follow up terhadap hasil kerja tim. Anggaran/ Budgeting : baik event sosial ataupun komersil, anggaran dana atau biasa dikenal dengan budgeting sangat dibutuhkan, agar kamu mengetahui gambaran biaya operasional acara yang kamu butuhkan. Rundown Acara : banyak dari kamu yang berfikir bahwa rundown

dipersiapkan pada saat menjelang event, bukan dari awal persiapan. Ini tidak benar, karena dengan kamu merancang rundown dari awal persiapan, ini akan memudahkan kamu untuk mengarahkan bagaimana sih tampilan event yang bakal disuguhkan, seperti layout, dekorasi, talent, dan sebagainya. Membuat Timeline

Jangan lupakan timeline! Membuat timeline dalam perencanaan suatu acara sangat penting loh karena bisa mengontrol perencanaan acara tersebut. Misalnya, seminggu sebelum hari H, sudah sampai mana persiapannya? Apa saja yang masih kurang? Apakah sudah matang persiapannya? Untuk membuat timeline ini, kamu bisa mulai dengan mendata apa saja yang harus dilakukan setiap anggota tim dan tentukan deadlinenya. Menentukan deadline ini bukan berarti kamu berniat menekan setiap anggota tim, tetapi sekedar memastikan mereka tidak menunda kewajibannya dalam melaksanakan tugasnya. Setelah timeline dibuat, jangan lupa untuk melakukan follow up pada semua anggota tim. Seperti apa saja yang sudah dibuat, apa masalahnya dan berikan solusi. Kegiatan ini bisa meminimalisir kesalahan yang terjadi di acara nantinya. Waktu dan Tempat Pelaksanaan : waktu dan tempat dilaksanakan acara juga harus kamu tentukan di awal persiapan. Ini bertujuan agar kamu memiliki persiapan jauh-jauh hari untuk perizinan tempat. Selain itu, penentuan waktu dan tempat haruslah selektif, semua tergantung pada tema dan konsep apa yang ingin kamu tampilkan. Contoh : Hari Pahlawan, pilih tempat bersejarah seperti Taman Ahmad Yani Medan, kemudian cari waktu antara sebelum atau sesudah peringatan Hari Pahlawan. Upayakan tidak kurang atau lebih dari satu minggu peringatan.

Plan A dan Plan B Kamu bisa merencanakan tetapi Tuhan lah yang menentukan. Bisa saja kamu sudah merencanakan sebuah acara sematang mungkin, tetapi tiba-tiba misalnya cuaca tidak mendukung. Maka untuk mengatasi hal-hal yang tidak terduga, sebaiknya kamu telah membuat plan B. Plan B ini misalnya, jika kamu hendak melangsungkan sebuah acara di outdoor. Maka buatlah rencana B dengan menyediakan tenda, atau memastikan ada sebuah ruangan indoor yang bisa menampung tamu jika hujan turun. Promosi

Promosikan event yang akan dibuat setelah konsep pendanaan dalam titik aman. Jangan sampai proposal belum jadi teman-teman sudah woro-woro duluan. Tujuannya biar acara ini surprise dan menarik. Promosikan melalui banner, brosur, online lakukan untuk memperbanyak peminat atau penonton. Gunakan bahasa promosi yang baik dan elegan. Caranya teman bisa browsing digoogle mengenai bahasa iklan yang menarik.

Komunikasi Tim Hal ini juga menjadi perhatian penting dalam menjaga kesehatan kinerja tim. Beberapa hal yang bisa diterapkan, yaitu:

1. Komunikasi berantai, maksudnya adalah melakukan proses komunikasi sesuai tatanan kepengurusan yang sudah diatur. Jadi komunikasi antara ketua panitia, tidak langsung kepada anggota tim dari setiap divisi melainkan cukup pada coordinator setiap divisi saja. Namun, jika bersifat urgent, hal ini boleh dilakukan.
2. Mengapresiasi hasil kerja, seperti pujian ataupun motivasi secara regular, sebab setiap orang sebenarnya suka untuk dihargai atas apa yang telah mereka kerjakan.
3. Komunikasikan setiap pekerjaan yang dilakukan, mau itu perkembangan ataupun kendala agar dapat dibahas secara bersama-sama dalam menemukan solusinya.
4. Hindari untuk langsung melabeling anggota tim yang tidak produktif dalam bekerja. Empati dan tanyakan terlebih dahulu apa yang menyebabkan dia seperti itu.
5. Buat grup komunikasi antara tim, seperti grup chat, Gtalk, twitter, blog, dan lain sebagainya. Ini memastikan agar semua anggota mendapatkan informasi yang sama mengenai perkembangan persiapan acara.

Bagaimana sih melihat feedback dari kiat ini?

Cara mengetahui event yang kamu garap berhasil atau tidak, ada beberapa hal yang menjadi acuan, diantaranya:

1. Jumlah pengunjung yang datang. Jika total pengunjung melebihi target yang kamu rencanakan, maka event tersebut tergolong sukses.
2. Respon pengunjung terhadap event, baik saat acara berlangsung maupun pra-event.
3. Membuat akun twitter dari event yang kamu garap dan sesuaikan nama akun dengan tema acara.
4. Membuat kuesioner, ini akan efektif dibeberapa jenis event seperti seminar dan workshop.
5. Liputan media berita (cetak/visual/audio/online). Semakin banyak media berita yang meliput, berarti event garapan kamu terpublikasi sempurna.

<http://www.twisbless.com/tips-membuat-event-yang-baik-dan-menarik/>