

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian *Event*

Kata "*event*" dari bahasa Latin "*eventus*," yang mempunyai arti "kejadian" atau "peristiwa." Kata ini dimasukkan ke dalam kamus bahasa Inggris melalui perkembangan bahasa-bahasa lain, seperti bahasa Perancis ("*événement*") dan bahasa Inggris Kuno ("*event*"). Secara umum, kata "*event*" digunakan untuk merujuk pada suatu kejadian atau aktivitas yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu, dengan implikasi bahwa kejadian tersebut memiliki arti, relevansi, atau dampak tertentu. *Event* dapat mencakup berbagai jenis bentuk dan ukuran, dari yang kecil seperti pertemuan bisnis hingga yang besar seperti festival musik atau pameran internasional. *Event* biasanya melibatkan partisipasi orang-orang atau peserta yang datang bersama-sama untuk menghadiri, merayakan, mempelajari, atau berinteraksi dalam konteks tertentu.

Menurut Any Noor (2013:8) *Event* adalah suatu peristiwa yang diselenggarakan oleh seseorang atau suatu kelompok, terikat dengan adat istiadat, budaya, adat istiadat atau agama, diselenggarakan dengan tujuan tertentu, melibatkan lingkungan setempat, diadakan pada waktu tertentu, memperingati sesuatu yang penting sepanjang kehidupan manusia. Suatu kegiatan yang harus dilakukan.

Menurut Elok Novita Sari, Siti Zaharah, dan Fitria Ramadhani "*Event* adalah kegiatan yang terencana, terarah, memiliki tujuan, terjadi dalam periode waktu tertentu, dan melibatkan partisipasi peserta dengan penekanan pada aspek estetika, emosi, dan interaksi sosial." (Prosiding Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Manajemen, 2016)

Menurut Muhardi dalam buku (Manajemen *Event*: Konsep, Perencanaan, dan Pelaksanaan, 2018) "*Event* adalah suatu kegiatan atau peristiwa yang diorganisir secara sengaja dengan memperhatikan aspek kepentingan, tujuan, dan pesan tertentu serta melibatkan partisipasi aktif peserta dan keterlibatan berbagai unsur dan elemen seperti manusia, tempat, waktu, dan fasilitas.

Menurut Suhendro dan Evi Riandi ("*Manajemen Event*: Konsep, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi", 2020) memberikan pengertian "*Event* adalah suatu kejadian atau peristiwa yang diorganisir dengan tujuan tertentu, melibatkan interaksi antara penyelenggara dan peserta, memiliki waktu dan tempat yang terbatas, serta melibatkan berbagai unsur seperti manusia, aktivitas, fasilitas, dan promosi."

Menurut Indriyati dan Hasanudin (2021): *Event* adalah kegiatan yang diorganisir secara terencana dan terarah dengan melibatkan berbagai elemen seperti manusia, waktu, tempat, dan fasilitas, memiliki tujuan tertentu, serta bertujuan untuk memberikan pengalaman dan membangun hubungan antara penyelenggara dan peserta.

Dapat disimpulkan bahwa *event* merupakan kegiatan yang terencana dan diorganisir dengan baik untuk merayakan dan berbagi pengalaman serta mencapai tujuan tertentu yang diinginkan oleh pihak pengada acara.

## **2.2 Manajemen Event**

Manajemen *event* adalah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi acara atau kegiatan khusus dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Manajemen *event* mencakup berbagai aspek, seperti perencanaan strategis, pengaturan logistik, pemasaran, keuangan, koordinasi tim, dan evaluasi hasil acara.

Menurut Goldblatt, J. ("*Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration.*") Memberikan pengertian "Manajemen *event* adalah seni dan ilmu dari perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan acara-acara khusus, seperti konferensi, pameran dagang, pertemuan, dan acara-acara lainnya. Hal ini melibatkan pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan klien, identifikasi audiens target, pengaturan logistik, pengelolaan anggaran, promosi, serta pelaksanaan acara secara efisien dan efektif."

Sedangkan Razaq Ahmad memberikan pengertian "Manajemen acara adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan agar bisa mencapai tujuan tertentu dalam mengorganisasikan sebuah acara atau kegiatan, termasuk pengumpulan informasi, pengembangan konsep, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi."

Aspek pengelolaan dalam manajemen *event* adalah beragam tugas dan tanggung jawab yang perlu dilakukan untuk mengorganisasikan dan mengelola acara dengan efisien dan efektif. Beberapa aspek pengelolaan yang krusial dalam manajemen *event* meliputi:

1. Pengelolaan Waktu:
  - Menetapkan jadwal acara yang terperinci, termasuk sesi, presentasi, dan aktivitas lainnya.
  - Memastikan seluruh rangkaian acara berjalan sesuai dengan waktu yang telah dibuat.
  - Menghindari keterlambatan dan penundaan yang dapat mengganggu kelancaran acara.
2. Pengelolaan Anggaran:
  - Menyusun anggaran acara dengan memperhitungkan semua biaya yang diperlukan, termasuk tempat, peralatan, bahan promosi, dan biaya lainnya.
  - Memantau pengeluaran dan pendapatan secara cermat.
3. Pengelolaan Pemasaran:
  - Merencanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran tentang acara dan menarik partisipasi peserta.
  - Menggunakan media sosial, situs *web*, iklan, dan alat pemasaran lainnya untuk mempromosikan acara dengan efektif.
4. Pengelolaan Logistik:

- Mengatur lokasi acara dengan memperhatikan kapasitas, fasilitas, dan kebutuhan teknis lainnya.
  - Mengurus perlengkapan, peralatan *audio-visual*, dekorasi, dan perlengkapan lainnya yang diperlukan untuk pelaksanaan acara.
5. Pengelolaan Keamanan:
    - Menjamin keamanan dan keselamatan peserta, pemateri, dan staf selama acara berlangsung.
    - Mengkoordinasikan dengan pihak keamanan dan menyusun rencana keamanan yang tepat.
  6. Pengelolaan Sumber Daya Manusia:
    - Merekrut, menugaskan tugas, dan mengkoordinasikan tim kerja acara.
    - Memberikan bimbingan, motivasi, dan dukungan kepada tim untuk meningkatkan kinerja mereka.
  7. Pengelolaan Risiko:
    - Mengidentifikasi potensi risiko dan masalah yang mungkin timbul selama acara.
    - Menyusun rencana kontingensi dan strategi pengurangan risiko untuk mengatasi situasi darurat atau masalah yang tidak terduga.
  8. Pengelolaan Evaluasi:
    - Melakukan evaluasi setelah acara selesai untuk mengukur keberhasilan acara dan mendapatkan umpan balik dari peserta.
    - Menggunakan hasil evaluasi untuk meningkatkan perencanaan dan pelaksanaan acara di masa mendatang.

Setiap aspek pengelolaan ini saling terkait dan penting untuk mencapai tujuan acara dengan sukses. Dalam manajemen *event*, koordinasi yang baik dan kemampuan untuk mengatasi tantangan yang muncul adalah kunci untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi acara dengan efektif dan efisien.

### **2.3 Perencanaan Konsep *Event***

Perencanaan konsep *event* adalah proses yang dilakukan untuk mengembangkan ide-ide dan strategi yang akan membentuk kerangka acara atau kegiatan tertentu. Para ahli memiliki pandangan yang berbeda tentang definisi perencanaan konsep *event*.

Allen et al (2008) menjelaskan bahwa perencanaan konsep *event* melibatkan pemikiran kreatif dan strategis untuk mengidentifikasi tema, konsep, dan elemen-elemen utama yang akan membentuk pengalaman yang diinginkan dalam suatu acara.

Goldblatt (2014) menggambarkan perencanaan konsep *event* sebagai proses menyusun ide-ide, tema, dan pesan yang akan membentuk dasar dari acara, serta merancang strategi dan taktik untuk menggapai tujuan yang ditetapkan.

Getz (2015) mengungkapkan bahwa perencanaan konsep *event* adalah langkah awal dalam merancang dan mengorganisir acara, yang melibatkan

pemilihan konsep yang tepat, tema, dan pesan yang akan menjadi dasar untuk pengembangan selanjutnya.

Bowdin et al (2016) menjelaskan perencanaan konsep *event* sebagai tahap di mana ide-ide dikembangkan, konsep acara diidentifikasi, dan strategi diatur untuk menggapai tujuan yang ditetapkan.

## **2.4 Prinsip Manajemen Event**

Manajemen adalah aktivitas yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, penlaksanaan, dan pengaturan sumber daya dan kegiatan organisasi untuk menggapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut George R. Terry "Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengaturan kerja dari anggota serta memakai semua sumber daya organisasi yang tersedia dalam menggapai tujuan organisasi."

Dalam buku ("*Principles of Management*", 1958) konsep manajemen yang dipopulerkan oleh George R. Terry yaitu POAC yang merupakan singkatan dari *Planning, Organizing, Activating, dan Controlling*. Dalam bidang event, konsep POAC bisa diterapkan untuk membantu menyusun konsep dan teknis acara yang baik untuk mengelola acara dengan efisien dan efektif.

### **2.4.1 Planning**

*Planning*/perencanaan adalah proses menetapkan tujuan organisasi, mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan, dan merencanakan langkah yang diperlukan untuk menggapai tujuan tersebut. Ini melibatkan penentuan visi, misi, strategi, dan langkah-langkah yang harus diambil.

Menurut Dr. Joe Goldblatt dalam bukunya yang berjudul "*Special Events: The Roots and Wings of Celebration*" (2007) "Perencanaan acara adalah seni mengatur setiap detail dengan teliti dan cermat sehingga acara itu sendiri adalah perwujudan dari konsep yang telah diidealkan."

Dalam bidang event, *planning* dapat diterapkan berupa:

- a. Menetapkan tujuan acara: Identifikasi tujuan dan hasil yang diinginkan dari acara tersebut. Apakah tujuannya adalah mempromosikan merek, mengumpulkan dana, atau menyediakan platform untuk berbagi pengetahuan?
- b. Menyusun anggaran: Tentukan anggaran acara, termasuk sumber daya yang dibutuhkan untuk menggapai tujuan tersebut.
- c. Penjadwalan: Buat jadwal lengkap acara, termasuk waktu, tempat, dan rangkaian kegiatan atau yang biasa disebut dengan timeline.

### **2.4.2 Organizing**

*Organizing*/Pengorganisasian adalah Proses yang menyangkut pengaturan sumber daya dan tugas dalam organisasi untuk menggapai

tujuan yang telah ditetapkan. Ini mencakup pembagian kerja, pembuatan struktur organisasi, penentuan tanggung jawab, dan alokasi sumber daya.

Menurut Joe Goldblatt dalam bukunya "*Special Events: The Roots and Wings of Celebration*" (2007) "*Organizing event* adalah seni mengatur dan mengkoordinasikan berbagai elemen yang diperlukan untuk menciptakan pengalaman berkesan bagi peserta acara. Ini melibatkan perencanaan dan pengelolaan logistik, pemilihan vendor, serta berbagai aspek lain yang memastikan acara berjalan dengan sukses."

Dalam bidang event, *organizing* dapat diterapkan berupa:

- a. Pembentukan tim: Bentuk tim perencanaan acara dengan peran yang jelas, seperti manajer acara, koordinator logistik, dan tim pemasaran.
- b. Pemilihan vendor: Identifikasi dan kontrak vendor yang dibutuhkan, seperti penyedia tempat, peralatan, atau layanan catering.
- c. Pengorganisasian tugas: Bagi tugas-tugas di antara tim perencanaan dan pastikan semua aspek acara terkoordinasi dengan baik

### **2.4.3 Actuating**

*Actuating*/Pengarahan adalah tahap di mana rencana yang telah dibuat diimplementasikan. Manajer harus mengarahkan, memotivasi, dan mengkoordinasikan pekerjaan individu dan kelompok untuk menjalankan tindakan sesuai dengan perencanaan.

Menurut Stephen J. Goldblatt dalam bukunya yang berjudul "*Special Events: Twenty-First Century Global Event Management*" (2012) "Pengarahan event adalah proses merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, dan mengendalikan semua elemen yang terkait dengan pelaksanaan suatu acara. Ini mencakup manajemen logistik, personil, perizinan, dan semua aspek lain yang diperlukan untuk memastikan bahwa acara berjalan dengan baik."

Dalam bidang event, *Actuating* dapat diterapkan berupa:

- a. Pelaksanaan acara: Pada hari acara, pastikan semua persiapan telah selesai dan semua orang tahu peran mereka. Koordinasikan semua aktivitas yang terkait dengan pelaksanaan acara.
- b. Manajemen peserta: Pastikan peserta dipandu dengan baik selama acara dan memastikan semua kebutuhan mereka terpenuhi.
- c. Komunikasi: Terus berkomunikasi dengan tim dan vendor untuk mengatasi perubahan atau masalah yang muncul selama acara.

#### **2.4.4 Controlling**

*Controlling*/Pengendalian adalah proses pemantauan dan evaluasi kinerja organisasi untuk memastikan bahwa tujuan berhasil tercapai. Jika ada penyimpangan dari rencana, manajer harus mengambil langkah korektif untuk memastikan perbaikan dan pencapaian tujuan.

Menurut Julia Rutherford Silvers dalam bukunya yang berjudul "Professional Event Coordination" (2012) "Pengendalian event adalah proses pengawasan pelaksanaan acara, pemantauan anggaran, dan penanganan masalah yang mungkin muncul selama acara berlangsung. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa acara terlaksanakan dengan lancar dan sejalan dengan tujuan yang ditentukan."

Dalam bidang event, controlling dapat diterapkan berupa:

- a. Monitoring kinerja: Pantau perkembangan acara secara real-time untuk memastikan semuanya berjalan sesuai rencana.
- b. Pengukuran hasil: Evaluasi hasil acara setelah selesai. Apakah tujuan telah tercapai? Bagaimana umpan balik peserta?
- c. Tindakan korektif: Jika ada penyimpangan dari rencana, segera ambil tindakan korektif untuk mengatasi masalah dan memastikan kelancaran acara.

#### **2.5 Pengertian *Pitching***

*Pitching* adalah proses di mana seseorang atau tim mempresentasikan ide, produk, atau proposal bisnis kepada audiens tertentu, seperti investor, klien potensial, atau panel juri (Pancarwengy, n.d). Tujuannya adalah untuk meyakinkan audiens tentang nilai, manfaat, dan potensi dari apa yang sedang dipresentasikan. *Pitching* biasanya melibatkan komunikasi lisan yang persuasif, dengan menggunakan alat bantu seperti presentasi, *slide*, demonstrasi produk, atau penjelasan verbal. Presentasi *pitching* bertujuan untuk membangkitkan minat, menggambarkan keunggulan, dan meyakinkan audiens tentang potensi kesuksesan ide atau proposal yang tengah dipresentasikan.

Berikut beberapa pengertian *pitching* menurut para ahli :

1. "*Pitching* adalah seni dan keterampilan menjual ide atau proyek kepada orang lain dalam waktu yang terbatas dengan tujuan mempengaruhi, meyakinkan, dan menginspirasi mereka untuk mengambil tindakan atau mendukung apa yang diusulkan." (Guy Kawasaki, penulis dan pengusaha)
2. "*Pitching* adalah teknik komunikasi yang dirancang untuk mengomunikasikan ide, proyek, atau produk secara jelas, persuasif, dan efektif dalam rangka mencapai tujuan tertentu, seperti mendapatkan dana, dukungan, atau peluang bisnis." (Oren Klaff, penulis dan pengusaha)

3. "*Pitching* adalah proses menyampaikan pesan yang disiapkan secara strategis, menggunakan cerita atau argumen yang kuat, dengan tujuan untuk mempengaruhi pendengar dan mencapai hasil yang diinginkan." (Nancy Duarte, pakar presentasi dan komunikasi)
4. "*Pitching* adalah kemampuan untuk mengartikulasikan ide dengan jelas dan ringkas, menyoroti manfaat dan nilai yang ditawarkan, serta membangun hubungan emosional dengan audiens agar mereka terlibat dan tertarik." (Chris O'Leary, penulis dan pembicara publik)

Dalam bidang *Event Organizer*, *pitching event* mengacu pada kegiatan dimana *event organizer* atau perusahaan penyelenggara acara memiliki kesempatan untuk mempresentasikan ide, konsep, atau proposal acara kepada calon klien atau mitra potensial. Tujuannya adalah untuk meyakinkan audiens tentang kemampuan *event organizer* dalam menyelenggarakan acara yang sukses dan sesuai kemauan klien.

Dari pengertian di atas, bisa disimpulkan bahwa *pitching* memegang peranan penting dalam menghubungkan event organizer dan perusahaan klien. Dalam *pitching*, *event organizer* akan menyampaikan hal utama berupa konsep, teknis dan rencana anggaran yang dibuat untuk acara. *Event Organizer* juga menunjukkan pengalaman dan portofolio acara sebelumnya untuk membangun kepercayaan dan meyakinkan klien potensial bahwa mereka memiliki keahlian yang diperlukan untuk mengatur acara dengan baik. *Pitching event* dalam bidang *event organizer* bertujuan untuk mengamankan klien atau mitra potensial, memenangkan proyek acara, dan membangun hubungan kerja jangka panjang dengan pelanggan untuk menciptakan pengalaman acara yang sukses.

## 2.6 *Pitching Project*

*Pitching project* adalah sebutan yang umum dipakai dalam bisnis dan proyek, namun definisi resminya tidak ada dalam sumber resmi para ahli. Hal ini karena istilah ini sering digunakan dalam konteks bisnis, pemasaran, dan presentasi proyek, dan tidak selalu memerlukan definisi formal. Beberapa definisi *pitching* yang dapat memberikan pemahaman lebih baik tentang konsep *pitching* proyek:

Menurut William Sahlman dalam buku (*How to Write a Great Business Plan*, 1997) *Pitching* adalah usaha untuk menjelaskan ide bisnis anda kepada pihak lain dengan cara yang menarik, meyakinkan, dan memukau.

Menurut Robert Cialdini dalam buku (*Influence: The Psychology of Persuasion*, 1984) *Pitching* adalah upaya untuk mempengaruhi orang lain agar setuju dengan gagasan, produk, atau langganannya anda, dengan cara mengkomunikasikan nilai dan manfaat yang ditawarkan.

Menurut Oren Klaff dalam buku (*Pitch Anything*, 2011) *Pitching* adalah seni dan ilmu untuk menyampaikan pesan dengan efektif, sehingga penerima pesan (biasa investor atau calon klien) tertarik dan bersemangat untuk berpartisipasi atau bekerja sama.

### 2.6.1 Proses *Pitching Project*

Bedasarkan hasil dari penelitian jurnal yang berjudul “Proses *Pitching* Acara Konferensi Maju Digital di PT. Fasen Creative Quality”(2022) terdapat 9 tahapan dalam proses *pitching*, diantaranya yaitu:

1. Pengiriman undangan *pitching*  
*Event Organizer* menerima undangan *pitching* jauh sebelum hari H acara dari klien, di dalam undangan berisi informasi hari dan tanggal pelaksanaan *agency brief*. Dan undangannya dikirim kepada beberapa *event organizer* yang terpilih.
2. *Agency Brief*  
Para *organizer* yang terundang hadir secara bersamaan untuk mendengarkan penjelasan dari klien, klien akan memaparkan gambaran umum dari acara yaitu jenis acara termasuk juga konsep dan teknis dari acara.
3. Pendaftaran *organizer* di sistem  
Pendaftaran *organizer* ke dalam *system* yang menjadi tempat untuk mengumpulkan dokumen *pitching*.
4. Persiapan dokumen pendukung  
Event Organizer menyiapkan dokumen untuk berpartisipasi dalam proses *pitching*: konsep, teknis, dan proposal anggaran.
5. Dokumen pendukung  
Setelah dokumen telah disiapkan, *event organizer* mengumpulkan dokumennya melalui sistem dan kemudian akan tersampaikan kepada klien.
6. Diskusi pihak klien secara tertutup  
Klien mendiskusikan langkah selanjutnya, menentukan pilihan terbaik untuk presentasi pemaparan konsep, teknis, dan anggaran biaya.
7. Presentasi *Event Organizer* yang terpilih ke tahap selanjutnya akan mendapatkan kesempatan *pitching* untuk mempresentasikan konsep dan teknis lebih lanjut kepada klien.
8. Diskusi tahap dua pihak klien  
Klien akan berdiskusi internal tahap kedua setelah melihat presentasi lebih *detail* dari *event organizer* terpilih.
9. Pengumuman pemenang *pitching project*  
Klien akan memberitahukan secara tertulis kepada event organizer pemenang dengan pernyataan terpilih sebagai mitra penyelenggara acara dalam acara yang diadakan klien.

### 2.6.2 Keberhasilan *Pitching Project*

Keberhasilan kegiatan *pitching project* ditandai dengan beberapa pencapaian yang mencerminkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dalam *pitch*, seperti:



1. Menerima Dukungan atau Persetujuan: mendapatkan dukungan atau persetujuan dari pihak seperti investor, mitra, klien potensial, atau pihak yang memiliki keputusan penting terkait proyek.
2. Pembiayaan atau Pendanaan: Jika tujuan *pitching* adalah untuk mendapatkan pendanaan, berhasilnya *pitching* dapat diukur dengan jumlah dana yang berhasil diperoleh dan apakah itu mencukupi untuk melaksanakan proyek.
3. Tanda Tangan Kontrak: Jika tujuan *pitch* adalah untuk mendapatkan kontrak bisnis, keberhasilan dapat diukur dengan menandatangani kontrak tersebut, yang menunjukkan kemitraan atau kesepakatan formal telah tercapai.
4. Umpan Balik Positif: Umpan balik positif dari audiens, baik itu dalam bentuk testimoni, ulasan positif, atau tanggapan yang baik, juga dapat menjadi tanda keberhasilan *pitching project*.

## **2.7 Hubungan Antara Proses Perencanaan *Event* Dengan Prinsip *Management***

Perencanaan acara memikirkan dan merancang acara untuk hasil yang efisien dan teratur. Dalam buku “Konsep dan Kajian Ilmu Perencanaan”(2008) karya DR. Taufiqurokhman, S.Sos., M.Si. mengartikan perencanaan adalah pemikiran masa depan, perencanaan berarti pengelolaan, pengambilan keputusan dan merupakan prosedur formal untuk mencapai hasil praktis dalam berbagai bentuk pengambilan keputusan menurut suatu sistem yang terpadu. Pengelolaan diartikan sebagai manajemen, artinya suatu kegiatan yang diawali dengan pengendalian, atau perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap kerjaan anggota organisasi serta pemakaian sumber daya organisasi lainnya untuk menggapai tujuan organisasi yang ditetapkan.

Dalam buku “*Principles of Management*” (1958) George R. Terry memberikan pengertian Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian berbagai kegiatan anggota organisasi dengan memakai seluruh sumber daya organisasi guna menggapai tujuan yang ditetapkan. Fungsi manajemen sebenarnya diperlukan untuk menjamin seluruh sistem kegiatan manajemen berjalan lancar dan efisien sejalan dengan keinginan dan tujuan yang ditetapkan.

Penelitian ini menganalisis proses perencanaan suatu acara dengan tujuan keberhasilan dalam kegiatan project pitching dengan menggunakan prinsip manajemen/pengelolaan yang mencakup POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Dimana peneliti akan menjabarkan proses pengelolaan acara dalam 4 tahap kegiatan POAC dengan tujuan melihat pengaruh dari masing-masing tahap kegiatan dalam perencanaan sebuah acara dalam mencapai keberhasilan *pitching project*, hal ini dengan penelitian terdahulu yang berjudul “Manajemen program acara rona melayu di televisi

republik Indonesia (TVRI) riau-kepri dalam melestarikan kebudayaan melayu” (2016) oleh Try Rama Putra, yang juga menjabarkan teori POAC dalam pengelolaan acara dengan tujuan menghasilkan produk acara yang berkualitas.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

No.	Judul/Penulis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Proses <i>Pitching</i> Acara Konferensi Maju Digital di PT. Fasen <i>Creative Quality</i> (Vanessa Kartika Aryanti, Christina L. Rudatin/2022)	Proses Pitching oleh PT Fasen <i>Creative Quallity</i>	<p>Proses pitch dimulai dengan mengirimkan undangan pitch, kemudian dilanjutkan dengan agency brief yang memuat agenda bagi <i>organizer</i> untuk menjelaskan acara dan sesi tanya jawab, kemudian diundang untuk mendaftar dengan sistem kudeta.</p> <p>Setelah registrasi, tim Creative Quality PT Fasen menyiapkan dokumen-dokumen baik ide, proposal teknis dan rencana anggaran dan setelah selesai dokumen dikumpulkan melalui sistem aplikasi coupa system.</p> <p>Setelah dikumpulkan, klien akan mengadakan diskusi tertutup untuk memilih penyelenggara yang dapat melanjutkan tahap presentasi.</p> <p>Setelah teridentifikasi, sejumlah penyelenggara akan dihubungi dan dijadwalkan untuk periode presentasi.</p> <p>Klien kemudian akan melakukan chat kembali untuk menentukan pemenangnya.</p>

			<p>Setelah pemenang ditetapkan, klien akan menghubungi pihak penyelenggara dan mengirimkan pernyataan resmi ke PT.</p> <p>Kualitas kreatif Fasen selaku penyelenggara telah mendapatkan hak untuk menyelenggarakan acara Digital Forward Conference.</p>
2.	<p>Proses Penyusunan Dokumen Penawaran Tender Produksi Pekan Kebudayaan Nasional 2021 oleh PT Royalindo Expoduta (Annisa Istiqomah, Christina Lipuringtyas Rudatin/ 2022)</p>	<p>Proses tahapan penyusunan dokumen penawaran tender oleh PT Royalindo Expoduta</p>	<p>Terdapat tujuh langkah dalam penyiapan dokumen administrasi tender, enam langkah dalam penyiapan dokumen teknis tender dan empat langkah dalam penyiapan dokumen penawaran di PT Royalindo Expoduta.</p> <p>Langkah-langkah dalam proses penyiapan dokumen penawaran Administratif antara lain mempelajari dokumen penawaran, membuat daftar pertanyaan untuk perencanaan, membuat checklist dokumen legal, mensintesis dokumen hukum dari database, membuat draft surat, meminta persetujuan Direktur Jenderal dan scan dokumen.</p> <p>Langkah-langkah dalam proses penyiapan dokumen teknis penawaran antara lain meneliti dokumen penawaran, membuat daftar pertanyaan</p>

			<p>perencanaan, meneliti kejadian, menyusun serangkaian dokumen teknis penawaran, dan berkoordinasi dengan Wakil Direktur, melakukan peninjauan. dengan manajer. Langkah-langkah dalam proses persiapan penawaran meliputi peninjauan dokumen penawaran, pengembangan daftar pertanyaan perencanaan, koordinasi dengan wakil presiden eksekutif, dan penyiapan <i>bill of quantity</i> (BoQ).</p>
3	<p><i>Exploring the Role of Event Themes in Enhancing Attendee Satisfaction: A Case Analysis of Weddings and Social Gatherings</i> (Elizabeth R. Adams, Daniel P. Turner/2020)</p>	<p>Peran tema acara (X), Kepuasan peserta pada acara (Y)</p>	<p>Pemilihan dan eksekusi tema acara dapat memiliki dampak signifikan pada kepuasan peserta. Tema acara yang dipilih dengan cermat dan relevan dengan konteks acara, seperti tema pernikahan yang sesuai dengan kepribadian pasangan atau tema sosial yang relevan dengan tujuan pertemuan, dapat meningkatkan kesan positif peserta dan menghadirkan pengalaman yang lebih berarti. Peserta yang merasa terhubung dengan tema acara cenderung lebih puas dengan acara dan merasa lebih terlibat dalam suasana perayaan atau pertemuan tersebut.</p>

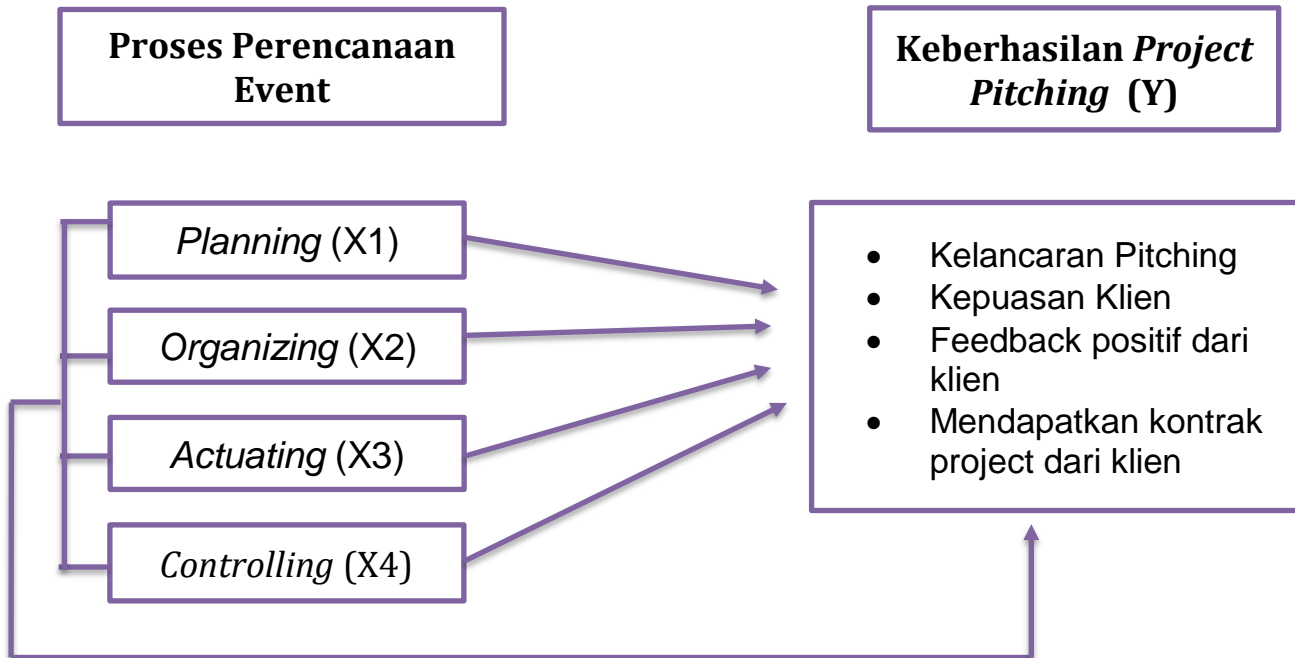
4.	<i>The Impact of Event Conceptualization on Attendee Experience: A Case Study of Music Festivals</i> (John A. Smith, Emily R. Johnson/2017)	Perencanaan konsep acara (X), Pengalaman peserta (Y)	Perencanaan konsep acara pada festival musik memiliki dampak yang signifikan pada pengalaman peserta. Dengan mempertimbangkan dengan cermat elemen-elemen konseptual seperti tema, pilihan artis, lokasi, dan interaksi dengan peserta, penyelenggara festival dapat meningkatkan kepuasan dan partisipasi peserta
5.	<i>Understanding Stakeholder Engagement in Event Conceptualization: A Study of Fundraising Galas</i> (Sarah L. Davis, Michael R. Thompson/2015)	Keterlibatan pemangku kepentingan (X), Perencanaan konsep acara (Y)	Keterlibatan pemangku kepentingan dalam perencanaan konsep acara, khususnya pada acara penggalangan dana, dapat memiliki dampak positif pada hasil dan keberhasilan acara. Keterlibatan pemangku kepentingan dalam tahap perencanaan acara dapat meningkatkan relevansi dan kesesuaian acara dengan tujuan organisasi. Dengan melibatkan pemangku kepentingan secara tepat, penyelenggara acara dapat merancang konsep acara yang lebih relevan, mendapatkan dukungan lebih banyak, dan mencapai tujuan penggalangan dana dengan lebih efektif.
6.	<i>Analyzing the Impact of Event Conceptualization on Sponsorship</i>	Konseptualisasi acara (X), Keterlibatan sponsor (Y)	Perencanaan konsep acara, terutama pada acara olahraga, memiliki dampak signifikan pada

	<i>Engagement: A Case Study of Sports Events</i> (Michael A. Adams, Laura K. Roberts/2016)		keterlibatan sponsor. Dengan merancang konsep acara yang menarik, relevan, dan sesuai dengan tujuan sponsor, penyelenggara acara dapat meningkatkan minat dan partisipasi sponsor dalam acara olahraga.
7.	<i>The Impact of Event Conceptualization on Social Media Buzz: A Case Study of Music Festivals</i> (Elizabeth S. Wilson, Christopher M. Thompson/2015)	Perencanaan konsep acara (X), Sosial media buzz (Y)	Perencanaan konsep acara, khususnya pada festival musik, dapat memiliki dampak yang signifikan pada <i>social media</i> buzz. Konseptualisasi acara yang menarik, unik, dan relevan dengan audiens festival musik dapat menciptakan lebih banyak perbincangan di media sosial. Penggunaan elemen konseptual yang menarik seperti tema, artis, dekorasi, dan aktivitas yang unik cenderung meningkatkan partisipasi dan interaksi peserta di platform <i>media social</i> .
8.	<i>Exploring the Role of Event Themes in Enhancing Brand Recall: A Study of Trade Shows and Expos</i> (Robert J. Brown, Emily R. Clark/2019)	Tema acara (X), Ingatan merk atau brand recall (Y)	Pemilihan dan implementasi tema acara dapat memainkan peran krusial dalam meningkatkan tingkat ingatan merek pada pameran dagang dan <i>expo</i> . Dengan merancang tema acara yang kuat, konsisten dengan merek, dan relevan dengan pesan merek, penyelenggara acara

			dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat asosiasi positif dengan merek di antara peserta acara.
9.	<i>Understanding the Effect of Event Conceptualization on Volunteer Participation: A Study of Community Festivals</i> (Samantha L. Miller, Andrew T. Turner/2017)	Konseptualisasi acara (X), Partisipasi sukarelawan (Y)	Perencanaan konsep acara, khususnya pada festival komunitas, dapat memiliki dampak yang signifikan pada partisipasi sukarelawan. Dengan merancang konsep acara yang menarik, memiliki tujuan yang jelas, dan menghadirkan pengalaman positif bagi sukarelawan, penyelenggara festival komunitas dapat meningkatkan tingkat partisipasi sukarelawan dalam acara tersebut.
10.	<i>The Influence of Event Themes on Attendee Satisfaction: A Study of Corporate Conferences</i> (Jennifer M. Lee, David P. Wilson/2018)	Perencanaan konsep acara (X), Tema acara (Y)	Perencanaan konsep acara, khususnya pada konferensi korporat, dapat mempengaruhi tingkat kepuasan peserta. Pemilihan tema acara yang sesuai dan relevan dengan peserta konferensi dapat meningkatkan tingkat kepuasan peserta. Tema acara yang menarik dan berdampak juga cenderung menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi peserta dan dapat berkontribusi pada kepuasan yang lebih tinggi terhadap acara.

## 2.9 Kerangka Konseptual

Untuk menjelaskan secara gamblang pelaksanaan penelitian, perlu dijelaskan kerangka pemikiran yang menjadi dasar pemahaman. Kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:



Model Fungsi Manajemen **George R. Terry**  
Sumber: Buku "*Principles of Management*" (1958)

**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

Menganalisis kaitan antara variable-variabel independen (X) Proses Perencanaan Acara dengan variable dependen Keberhasilan *Pitching Project*(Y). Melihat faktor yang paling berpengaruh serta yang kurang berpengaruh.

## 2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini yaitu:

H1 : *Planning* secara parsial berpengaruh signifikan keberhasilan *pitching project*

H2 : *Organizing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan *pitching project*

H3 : *Actuating* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan *pitching project*

H4 : *Controlling* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan *pitching project*



H5 :*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan *pitching project*.