

BAB I PENDAHULUAN

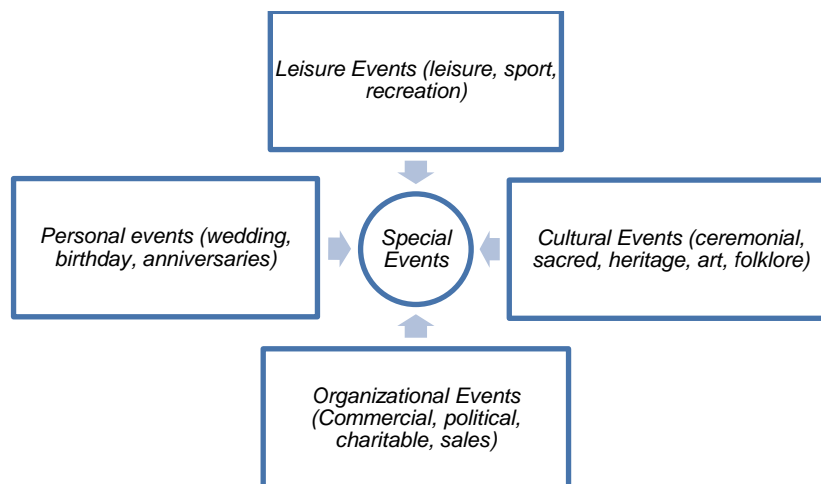
1.1 Latar Belakang.

Perkembangan *Event* di Indonesia semakin meluas dan pesat mengingat dari banyaknya *event* sebagai salah satu bentuk pariwisata. *Event* tersebut di antara lain berupa *sport*, pameran, kesenian, atau hiburan lainnya. Perkembangan tersebut merupakan dampak ekonomi dari televisi dan media.

Any Noor (2013:8) mendefinisikan *event* sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk merayakan hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu maupun kelompok yang terikat oleh adat istiadat, budaya, tradisi dan agama serta diselenggarakan fungsinya untuk tujuan tertentu pada waktu tertentu.

Definisi *Event* menurut ahli di antaranya, Shone dan Parry (2002) dalam Any Noor (2013:8) "*Special events are that phenomenon arising from those non-routine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.*"

Gambar 1. 1
Kategori Special Event



Sumber: Shone dan Parry (2002) dalam Any Noor (2013:9–10)

Berdasarkan gambar 1.1 *event* dibagi menjadi empat kategori atau elemen, yaitu, *leisure*, *cultural*, *personal* dan *organizational*. *Special Events* juga mencakup seluruh aktivitas kehidupan manusia, *special events* merupakan kegiatan yang sangat besar dan kompleks. *Special events* dapat diselenggarakan mulai dari jenis *event* perorangan yang kecil dan sederhana hingga jenis *event* internasional yang lebih kompleks. Karena jenis kegiatannya, setiap *event* mempunyai ciri khas tersendiri dan dapat mendukung terselenggaranya *special events*.

Leisure event merupakan kategori *event* yang banyak berkembang dalam kegiatan keolahragaan yang mengandung unsur kompetitif dan menarik banyak pengunjung. *Personal event* merupakan kegiatan yang melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori *event* ini dapat dikatakan lebih sederhana.

Cultural event adalah kegiatan yang identik dengan kebudayaan atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan semakin pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi, hal ini juga mendorong terselenggaranya *cultural event* yang disajikan dengan lebih menarik dan mampu beradaptasi dengan keadaan serta kondisi pada zaman yang *modern* sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.

Organizational event merupakan kegiatan yang dirancang untuk menyelaraskan dengan tujuan organisasi. Contoh dari *organizational event* antara lain seperti konferensi, pameran dan juga *gathering* baik itu *gathering* perusahaan ataupun komunitas.

Menurut Any Noor (2013:14-17), *event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan *event* harus memiliki ciri tersendiri, karakteristik tersebut adalah, keunikan, *perishability*, *Intangibility*, suasana, pelayanan, dan interaksi personal.

*Korean Pop*¹ (Musik Pop Korea) atau *K-Pop* sedang menjadi trend dan sangat populer di Indonesia. Sama seperti banyak hal lainnya, minat terhadap genre tertentu dapat dianggap subjektif, tergantung dari masing-masing individu. Namun, *K-Pop* telah menarik perhatian dan sangat digandrungi oleh sebagian besar masyarakat. (www.rappler.com, 2019). *K-Pop* saat ini banyak peminatnya terutama di kalangan remaja di berbagai daerah di Indonesia, terbukti dengan banyaknya event-event yang bertema atau mengandung unsur *K-Pop* beberapa tahun terakhir. Acara-acara tersebut banyak sekali peminat pengunjungnya yang sebagian besar adalah kalangan remaja, sehingga di setiap *event*-nya banyak pengunjung yang datang.

Fungsi dari *K-Pop Event* sendiri adalah untuk mewadahi para penggemar *K-Pop* dalam mengekspresikan dan mewujudkan rasa apresiasi mereka terhadap *idol K-Pop* yang mereka kagumi. (Lobo, 2019). *K-Poppers*² sangat loyal terhadap idolanya sehingga mengetahui seluk-beluk terdalam terhadap idolanya dan suka mengadakan aktivitas berkumpul/*gathering* dengan *K-Poppers* (Ramayanti dkk, 2021).

Event gathering adalah suatu kegiatan keluarga, komunitas ataupun perusahaan yang berlangsung pada waktu tertentu di sebuah lokasi baik di dalam maupun luar ruangan dengan tema yang telah disepakati, dengan tujuan menjalin tali silaturahmi, menciptakan keakraban dan rasa kekeluargaan. Kegiatan ini tidak terlalu membebani fisik, pikiran, dan emosional. Lebih dominan kepada faktor hiburan. Misalnya mengunjungi beberapa tempat wisata, makan dan minum bersama, melihat artis atau melakukan permainan menyenangkan, dan

¹ *Korean Pop/K-Pop* : Sub-genre musik pop yang berasal dari Korea Selatan (wikipedia.com).

² *K-Poppers* : Penggemar *K-Pop*; Orang yang suka *K-Pop*.

sebagainya. Aktivitas yang dilakukan fokus pada aspek hiburan sehingga tidak membutuhkan persiapan khusus (Salim, 2019)

Menurut Any Noor (2013:14) *Event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap *event* yang diselenggarakan pasti mempunyai ciri khasnya masing-masing. Bagaimanapun karakteristik *event* hampir sama dengan karakteristik pelayanan yang diberikan oleh industri pelayanan lainnya. Karakteristik tersebut adalah keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan, serta interaksi personal.

Salah satu *fanbase*³ *K-Pop* di Medan yang cukup terkenal adalah EXO-L⁴ Medan. *Fanbase* ini sudah ada sejak 1 Oktober 2016, didirikan oleh seorang EXO-L yang berdomisili di Medan bernama Shinta. Kemudian beliau mengajak teman-temannya untuk mendirikan *fanbase* EXO-L berdomisili di Medan, dimana komunitas ini ingin mewedahi EXO-L Medan untuk mengekspresikan rasa cinta dan kagum oleh EXO-L Medan terhadap *boyband*⁵ Korea Selatan, EXO⁶.

Gambar 1. 2
Akun Instagram EXO-L Medan



Sumber: Instagram

³ *Fanbase* : Komunitas penggemar dalam dunia *K-Pop*.

⁴ EXO-L : Penggemar EXO.

⁵ *Boyband* : Grup penyanyi laki-laki.

⁶ EXO : Salah satu grup penyanyi pria dari Korea Selatan.

Hingga hari ini, per tanggal 21 November 2022 pengikut Instagram EXO-L Medan telah mencapai 3441 orang pengikut. Hal ini membuktikan ada cukup banyak EXO-L yang berdomisili di Medan. Namun, strategi pemasaran *event* yang dilakukan oleh komunitas *fanbase* EXO-L Medan ini masih belum terstruktur dan memerlukan perbaikan. Selain itu, ada banyak *event gathering* serupa dari komunitas *fanbase* lain yang memiliki penawaran yang serupa tetapi memiliki strategi pemasaran dan struktur yang lebih kuat, sehingga komunitas *fanbase* EXO-L Medan memerlukan strategi pemasaran agar *event gathering* yang diselenggarakan dapat menjadi lebih baik serta memiliki struktur strategi pemasaran yang baik untuk komunitas memasarkan *event* yang akan dibuat kedepannya.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk membuat penelitian lebih lanjut tentang “Strategi Promosi Berdasarkan Karakteristik *Event Gathering* oleh Komunitas *Fanbase* EXO-L Medan” sehingga dapat dijadikan rekomendasi strategi promosi *event gathering* berikutnya.

1.2 Rumusan Masalah.

Penelitian ini diadakan dengan bersumber dari pengalaman pribadi peneliti ketika mengikuti *event gathering* yang sering diadakan oleh EXO-L Medan.

- 1) Bagaimana karakteristik *event gathering* oleh *fanbase* EXO-L Medan?
- 2) Bagaimana strategi pemasaran *event gathering* oleh *fanbase* EXO-L Medan?

1.3 Tujuan.

Terkait dengan rumusan masalah penelitian yang dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk Politeknik.
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi mahasiswa-mahasiswa di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia selanjutnya yang hendak menyusun Tugas Akhir mereka sebagai salah satu syarat kelulusan khususnya untuk mahasiswa program studi Pengelolaan Konvensi dan Acara.
- 2) Untuk Peneliti Selanjutnya.
Semoga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan strategi promosi *event K-Pop* lebih dalam lagi dan menjadikan penelitian ini referensi.
- 3) Untuk Tempat Penelitian.
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi dalam menentukan strategi promosi untuk *event gathering* khususnya kepada *fanbase* EXO-L Medan.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir.

Manfaat hasil penelitian yang diharapkan dapat diberikan oleh penelitian ini adalah:

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menambah daftar pustaka di industri *event* khususnya untuk mahasiswa Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi strategi promosi ke *fanbase* EXO-L Medan berdasarkan karakteristik *event*.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat menambah literasi dan penelitian terdahulu.