

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Tinjauan Pustaka

#### 2.1.1. Acara Korporat

Acara korporat mencakup ragam pertemuan dan rangkaian acara yang luas sehingga penggunaan kata korporat dalam jenis acara sering disalahartikan. Pada dasarnya, desain pelaksanaan acara korporat dapat diterapkan bukan hanya pada pertemuan perusahaan, melainkan juga pada pertemuan nirlaba besar, ceramah, seminar pelatihan, dan sejumlah acara khusus. (Halsey, 2010) Acara korporat diklasifikasikan berdasarkan penyelenggara acara dan/atau jenis peserta yang hadir.

Acara korporat yang diselenggarakan oleh asosiasi sering dihadiri oleh peserta yang secara sukarela menghadiri acara tersebut (peserta eksternal). Sedangkan peserta pada pelatihan yang dilaksanakan oleh asosiasi pada penelitian ini adalah anggota asosiasi itu sendiri (peserta internal). Tujuan dari acara asosiasi adalah untuk memberikan pendidikan lebih lanjut dan kesempatan berjejaring (*networking*) bagi anggota asosiasi tersebut. Asosiasi yang melaksanakan acara tersebut memiliki beban untuk memastikan bahwa peserta yang hadir mendapatkan pengalaman acara dan berpotensi untuk kembali mengikuti acara serupa dan melanjutkan keanggotaan mereka dengan asosiasi.

Acara korporat sering digunakan untuk mengkomunikasikan dan memperkuat sebuah filosofi melalui kegiatan-kegiatan seperti pelatihan, acara penghargaan karyawan, dan perayaan. (O'Toole & Mikolaitis, 2002) Adapun pelatihan yang dilaksanakan oleh asosiasi adalah untuk memberikan pendidikan lebih lanjut kepada anggota-anggotanya. Edwin B. Flippo pada *Chapter 8 Learning and Development* (2021) berpendapat bahwa, "*Training is the act of increasing knowledge and skills of an employee for doing a particular job.*" Yang dapat diartikan sebagai pelatihan merupakan sebuah kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan seorang karyawan untuk mengerjakan sebuah pekerjaan tertentu.

Penulis menyimpulkan bahwa pelatihan merupakan kegiatan edukasi yang bertujuan untuk peningkatan pengetahuan. O'Toole & Mikolaitis (2002) juga berpendapat bahwa profil peserta undangan berpotensi untuk mempengaruhi tujuan acara dan bagaimana budaya asosiasi akan diposisikan dalam acara tersebut. Dalam rangka pemenuhan tujuan dilaksanakannya acara tersebut, identifikasi ekspektasi, kebutuhan, dan keinginan dari peserta harus diutamakan.

#### 2.1.2. Acara Daring (*Online*)

Pemerintah Indonesia memberlakukan kebijakan memakai masker, mencuci tangan, dan jaga jarak (*social distancing*) untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19 di Indonesia yang terjadi sejak pandemi melanda. (Kompas.com, 2020) Demi menaati regulasi baru yang ada, seluruh kegiatan yang sebelumnya dilaksanakan secara tatap muka dan temu fisik kini harus dilaksanakan secara *virtual* atau daring. Hal ini juga diberlakukan dalam sistem pelaksanaan acara yang mengharuskan penyelenggara acara untuk mencari solusi baru di tengah keterbatasan. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi dan

komunikasi, *virtual event* kemudian dilaksanakan dengan kontak maya. (Wicaksono, 2021)

Wicaksono (2021) berpendapat bahwa acara yang dilakukan secara *online* mengurangi potensi kerumunan orang di sebuah ruangan yang merupakan sebuah keunggulan mengingat kondisi pandemi COVID-19. Peserta acara yang tidak perlu menghadiri sebuah acara secara fisik juga menghemat biaya akomodasi yang biasanya dikeluarkan. Keadaan yang mengharuskan pertemuan untuk dilaksanakan berbasis teknologi ini memudahkan banyak orang dan menjadi sebuah langkah yang fleksibel dan visioner. (Wicaksono, 2021)

Wicaksono (2021) juga berbagi pendapatnya mengenai beberapa unsur yang menunjang kegiatan pelaksanaan acara virtual sebagai berikut:

- *Desainer 2D, Desainer 3D, dan Animator*
- *Virtual Presenter Engineer*
- *Mini Broadcasting Equipment (Kamera, Lighting, Mixer, Sound System, Micking/Headset/Clip On)*
- *Setting green screen studio*
- *Social Media Operator (Zoom, Youtube, Facebook, Instagram)*
- *Mini Show Event Management (Producer, Show Director, Operator Virtual Presentation, Floor Director dan LO)*
- *Keynote Speaker*
- *Audience*

Selanjutnya, Wicaksono (2021) menyebutkan salah satu kelemahan yang dihadapi oleh acara virtual adalah tingkat fokus peserta yang lebih rendah dibandingkan dengan acara yang dilaksanakan secara tatap muka. Probabilitas peserta untuk terdistraksi oleh apa yang terjadi di sekelilingnya lebih besar. Tantangan lain bagi penyelenggara acara virtual adalah ketika peserta mulai merasa bosan karena penyajian yang tidak menarik, waktu yang terlalu lama dan terlalu banyak slide presentasi kemudian memutuskan untuk meninggalkan *room* acara. Seperti yang disebutkan dalam penelitian Naufal et al. (2021) bahwa peserta acara virtual mengharapkan acara yang menghibur, interaktif, memiliki kredibilitas, dan tentunya dapat menghilangkan rasa bosan. Peserta acara virtual ingin merasakan kesenangan dan kegembiraan melalui permainan animasi, tampilan visual, dan komposisi audio yang ditawarkan oleh penyelenggara.

Peserta acara virtual juga mengaku memiliki niat untuk berpartisipasi secara maksimal sebagai bentuk penerimaan keberhasilan inovasi yang dikembangkan melalui pelaksanaan acara virtual. Poin lain yang tidak kalah pentingnya adalah stabilitas jaringan internet yang disediakan oleh penyelenggara maupun yang dimiliki oleh narasumber. Disrupsi teknologi merupakan sebuah risiko yang sudah jelas akan dihadapi dalam proses penyelenggaraan acara virtual. Dengan itu, penyelenggara acara virtual terus bertransformasi mengikuti perkembangan zaman dengan tidak berhenti mempelajari hal baru untuk selalu memberikan kinerja optimal dalam menyelenggarakan acara virtual.

### 2.1.3. Pengelolaan

#### 2.2.3.1. Pengelolaan Acara

George R. Terry dalam buku *Principles of Management* (2016) mengemukakan bahwa pengelolaan adalah pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya melalui upaya orang lain. Pengelolaan berorientasi pada proses sehingga membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas yang dilakukan menjadi efektif atau menghasilkan tindakan untuk mencapai kesuksesan.

Dalam buku *Principles of Management* (2016), Terry membagikan fungsi-fungsi dasar pengelolaan menjadi 4 bagian, yaitu: *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengawasan) yang kemudian fungsi manajemen ini disingkat dengan POAC. Sedangkan menurut Goldblatt (2002), terdapat lima tahapan krisis dalam pengelolaan acara yang berperan untuk memastikan efektivitas pelaksanaan acara secara konsisten, yaitu: penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. "*These five phases or steps of successful event management are research, design, planning, coordination, and evaluation.*" (Goldblatt, 2002)

Dalam buku *Global Event Management* milik Goldblatt, proses *research* mencakup proses pengumpulan data mengenai acara serupa dengan yang akan diadakan. *Design* mencakup proses pengumpulan ide dari acara serupa dan berdiskusi dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Sedangkan *planning* terdiri dari rapat perencanaan awal, penentuan pekerjaan awal, rapat perencanaan, dan pengembangan *timeline* acara. Ketiga tahapan tersebut selaras dengan tahap *planning* pada fungsi dasar pengelolaan. Sedangkan tahap *organizing* dan *actuating* selaras dengan proses *coordination* yang mengarah pada proses mengidentifikasi calon vendor, kontrak vendor, pengembangan dan penerapan jadwal produksi. Tahap *controlling* yang selaras dengan tahapan *evaluation* yang berisi proses persiapan dan pendistribusian survei, pengumpulan data, tabulasi data, analisis data, persiapan laporan temuan dan rekomendasi, dan penyerahan laporan akhir.

#### 2.2.3.2. Fungsi Pengelolaan

##### a. *Planning* (Perencanaan)

Tahap perencanaan dilaksanakan sesuai dengan jenis acara yang akan diselenggarakan, apakah acara tersebut dilaksanakan untuk pertama kalinya atau untuk kesekian kalinya. Dikemukakan oleh Bowdin pada buku *Event Management 2<sup>nd</sup> Edition* (2006), "*If this study shows that the event is likely to meet certain key criteria (such as profitability), they would then move to develop a plan for its creation and delivery.*" Jika acara tersebut akan dilaksanakan untuk pertama kalinya, maka diperlukan pengembangan rencana pembuatan lebih lanjut.

Terry dalam buku *Principles of Management* (2016) berpendapat bahwa perencanaan adalah pemilihan fakta dan penghubung fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

*“Planning is the selecting and relating of facts and the making and using of assumptions regarding the future in visualization and formulation to proposed of proposed activation believed necessary to achieve desired result.” (Terry, 2016)*

Perencanaan berpusat pada kebutuhan untuk memantau dan mengevaluasi kemajuan, mengkoordinasikan keputusan di berbagai divisi sehingga tujuan acara berkembang. Dalam proses perencanaan, komunikasi juga dilakukan untuk menginspirasi dan memotivasi mereka yang bertanggung jawab untuk melaksanakan ragam elemen perencanaan. *“...the need to monitor and evaluate progress, coordinate decisions in all areas so event objectives are progressed and communicate with, inspire and motivate...”* (Bladen et al., 2017)

Bowdin (2006) menekankan pada bukunya bahwa *“A corporate or public relations nature, a considered statement as to its purpose is all that is really required to provide sufficient direction and focus.”* Dalam proses perencanaan acara korporat atau acara yang berhubungan dengan masyarakat, penentuan dilaksanakannya sebuah acara sangat berpengaruh pada memberikan arahan dan fokus yang cukup. Tujuan (*Purpose*) dilaksanakannya acara tersebut kerap diikuti dengan pernyataan visi dan misi untuk memperkuat alasan dilaksanakannya acara tersebut. Adanya pernyataan tujuan berperan untuk meningkatkan ketertarikan berbagai pihak terhadap acara tersebut. Pihak-pihak tersebut termasuk organisasi, komunitas lokal, pemerintah, calon peserta, sponsor dan sukarelawan. (Bowdin, 2006) Pernyataan tujuan sangat diperlukan untuk memberikan arahan yang cukup selama proses persiapan acara. Untuk acara yang sidatnya lebih kompleks dan melibatkan sejumlah *stakeholder*, memiliki pernyataan tujuan yang mendalam akan lebih menguntungkan.

*“For events that are more complex in nature (such as large public events) and involve a number of stakeholder groups, it can be beneficial to reflect more deeply on the matter of purpose.”* (Bowdin, 2006)

Thompson with Martin (2005) dalam buku Bowdin (2006) menyatakan bahwa, *“Vision statements usually describe what the event seeks to become and to achieve in the longer term.”* Pernyataan visi (*vision statement*) sering menggambarkan apa yang ingin dicapai acara dalam jangka panjang. Pernyataan tersebut disampaikan menggunakan kalimat singkat, tepat, dan juga memotivasi. Pernyataan visi tidak selalu dituliskan walaupun akan lebih bermanfaat. Pernyataan visi akan cukup dibagikan dan dimengerti oleh orang-orang yang terlibat dalam proses pelaksanaan acara. Pihak yang terlibat harus mengerti bahwa tujuan jangka panjang yang ingin dicapai dengan pernyataan visi adalah dengan mencapai kesetaraan dan penerimaan sosial. (Bowdin, 2006)

Sedangkan pernyataan misi (*mission statement*) menurut Bowdin (2006), “*Describes in the broadest terms the task that the event organization has set for itself.*” Pernyataan misi cenderung dalam rangka pemenuhan visi secara maksimal. Pernyataan misi berusaha untuk mendefinisikan tujuan acara, menyatakan penerima manfaat utama dan kelompok pelanggan, menunjukkan sifat luas dari acara tersebut dan menyatakan filosofi operasi keseluruhan dari organisasi yang melaksanakannya. Pernyataan misi yang sudah ditetapkan bertindak sebagai dasar dimana tujuan, sasaran, dan strategi dapat ditetapkan. Pernyataan misi juga umumnya berperan sebagai cara singkat untuk menyampaikan kepada staf mengenai pemahaman acara dan apa yang ingin dicapai dengan acara tersebut.

*“Once established, a mission statement acts as the basis upon which goals and objectives can be set and strategies established.”* (Bowdin, 2006)

Tujuan dan sasaran (*goals and objectives*) dilaksanakannya sebuah acara berperan untuk mengukur kemajuan menuju tujuan acara dan menetapkan tolak ukur kinerja dan memungkinkan organisasi acara untuk menilai aspek perencanaan mereka yang berhasil atau gagal. “*Objectives in turn are used to quantify progress towards an event’s goals.*” (Bowdin, 2006) Penetapan tujuan yang baik dapat diringkas dengan akronim SMART, *Specific* (Rinci), *Measureable* (Terukur), *Agreeable* (Tersetujui), *Realistic* (Realistis), dan *Time* (Waktu). Adapun jenis-jenis tujuan yang dapat dicapai adalah dari segi ekonomi, kehadiran / partisipasi, kualitas, kesadaran / pengetahuan / perilaku, dan sumber daya manusia.

Bowdin (2006) pada buku *Event Management 2<sup>nd</sup> Edition* menekankan bahwa, “*Operational plans will be needed for all areas central to the achievements of an event’s objectives and the implementation of its strategy.*” Perencanaan operasional (*operational plans*) penting dalam proses pencapaian tujuan acara dan proses pelaksanaan implementasi strateginya. Perencanaan operasional dikembangkan pada bidang-bidang seperti penganggaran, pemasaran, administrasi, pementasan, penelitian dan evaluasi, manajemen risiko, sponsor, pengelolaan limbah lingkungan, pemrograman, transportasi, penjualan *merchandise* dan staf. Bowdin (2006) berpendapat bahwa, “*Each area that develops operational plans will require a set of objectives.*” Setiap area pengembangan perencanaan operasional memerlukan serangkaian tujuan yang berperan mendukung strategi acara secara keseluruhan, mengenai rencana aksi dan jadwal, rincian individu yang bertanggung jawab untuk melaksanakan aspek rencana, sistem pemantauan dan pengendalian, anggaran, dan alokasi sumber daya keuangan, manusia, maupun peralatan / jasa pendukung.

Evaluasi perencanaan (*plan evaluation*) sering diabaikan sedangkan evaluasi bertujuan untuk menentukan tingkat kesuksesan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan untuk acara tersebut. Bowdin (2006) berpendapat dalam bukunya bahwa, “*...only through evaluation that event managers can determine how successful or otherwise their efforts have been in achieving*

*whatever objectives were set for the event.*” Dengan diadakannya evaluasi, masalah dan kekurangan selama proses perencanaan dapat diidentifikasi dan jika acara tersebut akan dilaksanakan kembali di masa yang datang, penyelenggara dapat mengaplikasikan saran yang sudah dikumpulkan untuk acara yang lebih sukses. Pertimbangan utama mengenai evaluasi yang dilakukan dari perspektif manajer acara adalah kapan harus dilakukan evaluasi, bagaimana proses evaluasi tersebut dan aspek apa saja yang harus dievaluasi.

Tahap perencanaan dilakukan untuk merencanakan setiap jenis pekerjaan yang dapat direncanakan agar perubahan dan masalah tidak terduga yang terjadi dapat diatasi. (O’Toole & Mikolaitis, 2002) Pada penelitian ini, tahap perencanaan akan mengambil 6 dimensi yang dikemukakan oleh Bowdin, yaitu: kesesuaian visi, misi, sasaran, tujuan, dan perencanaan operasional pada proses pelaksanaan pelatihan online oleh JCI Medan.

b. *Organizing / Coordinating* (Pengorganisasian)

Pada proses perencanaan acara, peluang maupun risiko akan terjadi yang dapat mempengaruhi konsep acara tersebut. Menurut O’Toole & Mikolaitis (2002), tahapan pengorganisasian terdiri dari *scope, time, cost, risk, content, human resource, produrement, dan communication*.

*Scope* (cakupan) mengarah pada banyaknya jumlah pekerjaan yang dilakukan. O’Toole & Mikolaitis (2002) berpendapat bahwa peran dan ruang lingkup acara korporat memiliki variasi yang beragam, dimulai dari acara individu yang sederhana hingga beberapa acara di bawah tema yang relevan. Konsep dari ruang lingkup pekerjaan dan penguraiannya menjadi unit yang lebih kecil yang lebih mudah dikelola harus dimanfaatkan. O’Toole & Mikolaitis (2002) juga berpendapat bahwa pekerjaan yang diurai tersebut tidak akan mencakup rincian mengenai seluruh pekerjaan yang terlibat dalam menyusun acara. Namun, tahapan ini mampu menyediakan dasar dan nota kesepahaman untuk mempersiapkan langkah selanjutnya dalam proses yang dijalankan. Dalam hal ini juga termasuk bagian yang menguraikan prosedur untuk membuat perubahan atas apapun pada dasar tersebut.

*“...it will provide a baseline and a memorandum of understanding from which to launch the next step in the process. It may also contain a section outlining the procedure for making any changes to this baseline.”*

*Time* (waktu) mengacu pada rentan waktu untuk menyelesaikan tugas (*task*) yang direncanakan. Adapun tugas tersebut harus diurutkan berdasarkan prioritas untuk diselesaikan. O’Toole & Mikolaitis (2002) berpendapat bahwa setiap tugas yang akan dilaksanakan harus memiliki waktu estimasi dan terus dipantau pengerjaannya. *“Timelines for each task must be estimated and monitored. Milestones are the completion of an important task.”* Setiap tugas yang tidak memiliki waktu penyangga disebut jalur kritis. Setiap pekerjaan yang berada dalam jalur kritis harus diselesaikan tepat waktu agar acara dapat berjalan dengan tepat waktu dan sukses. O’Toole & Mikolaitis (2002) dalam

buku *Corporate Event Project Management* juga mengemukakan 4 cara untuk menentukan estimasi waktu penyelesaian sebuah tugas, yaitu:

- *Earliest start* (ES): tanggal / waktu paling awal sebuah tugas dapat dimlai setelah tugas awalnya sudah selesai.
- *Earliest finish* (EF): tanggal / waktu paling awal sebuah tugas dapat diselesaikan.
- *Latest start* (LS): tanggal / waktu paling lama sebuah tugas dapat dimulai tanpa mempengaruhi tanggal acara.
- *Latest finish* (LF): tanggal / waktu paling lama sebuah tugas dapat diselesaikan tanpa mempengaruhi tanggal acara.

*Cost* (biaya) mengacu pada anggaran biaya yang dapat digunakan untuk menyelenggarakan acara tersebut. O'Toole & Mikolaitis (2002) mengemukakan bahwa penetapan biaya adalah perkiraan biaya acara, menetapkan garis dasar atau anggaran, mengendalikan biaya tersebut dan mendokumentasikan serta melaporkan prosesnya. Anggaran untuk mengadakan sebuah acara terdiri dari berbagai biaya yang membingungkan. *"The budget to put on an event can be made up of a bewildering variety of costs."* (O'Toole & Mikolaitis, 2002) Adapun pembiayaan dibagi menjadi beberapa klasifikasi seperti biaya langsung dan biaya tidak langsung, biaya standar dan biaya unik, biaya tetap dan biaya variabel, dan biaya satu kali dan biaya berulang. Biaya yang akan dikeluarkan oleh sebuah acara tidak akan bisa diestimasi dengan akurasi 100 persen.

*"It is almost impossible to estimate event costs with 100 percent accuracy."*  
(O'Toole & Mikolaitis, 2002)

*Risk* (risiko) mengacu pada jenis-jenis tugas yang harus diberikan perhatian khusus untuk mengurangi dampak risiko yang terjadi. Mike Cerelli dalam O'Toole & Mikolaitis (2002) percaya bahwa berhadapan dengan manajemen risiko dapat mengubah seseorang menjadi detektif. Setiap risiko harus dipertimbangkan dan divalidasi. Mike juga mengingatkan bahwa bukan hanya manajemen risiko fisik saja yang harus diperharikan, tetapi juga risiko terhadap perubahan rencana. Dalam buku (O'Toole & Mikolaitis, 2002), Mike juga berpesan bahwa tidak peduli berapa kali proyek tersebut dibahas, risiko tambahan akan selalu muncul sehingga mereka harus selalu fokus pada pengelolaan risiko proyek tersebut.

*"No matter how many times we discuss the project, additional risks always arise. We fell that we must always be focused on managing the risks of our project."*

Ketika sebuah risiko telah teridentifikasi, seorang manajer acara harus memprediksi atas apa yang terjadi ketika beberapa risiko bekerja bersamaan. Jika sebuah risiko secara individual dapat dikendalikan, tetapi jika risiko tersebut terjadi bersamaan dengan risiko lain maka strategi baru mungkin akan diperlukan. Setelah rangkaian risiko telah di analisis, maka akan menghasilkan

rencana tindakan dalam menghadapi risiko-risiko tersebut. Rencana tindakan tersebut akan disimpan sebagai cadangan yang hanya akan dilaksanakan jika risiko tersebut benar-benar terjadi.

*Content* (konten) mengarah pada jenis-jenis kegiatan berarti yang akan dilakukan selama acara berlangsung. Bowdin (2006) berpendapat bahwa acara dapat dikategorikan berdasarkan ukuran, bentuk, dan konten dari acara tersebut. *“There are many different ways of categorizing or grouping events, including by size, form and content.”* Polivka & Goldblatt (2004) berpendapat bahwa konten dapat berupa keterangan foto, kontak untuk keterangan lebih lanjut, arahan, instruksi, dan lain-lain.

*Human resource* (sumber daya manusia) mengarah pada tenaga kerja sumber daya manusia yang akan digunakan untuk mendukung kesuksesan acara. Menurut O’Toole & Mikolaitis (2002) dalam buku *Corporate Event Project Management*, sumber daya manusia adalah sumber daya utama pada beberapa jenis acara. Sumber daya manusia termasuk staf yang dibayar penuh waktu atau paruh waktu, tenaga kerja lepas atau sementara, atau sukarelawan. (Polivka & Goldblatt, 2004) Sumber daya manusia juga dapat diperoleh melalui perekrutan, dipekerjakan melalui agen atau disediakan oleh sponsor. Polivka & Goldblatt (2004) juga berpendapat bahwa sumber daya manusia yang dipekerjakan harus dinilai berdasarkan pengalaman dan keahlian, serta ketersediannya dalam penjadwalan. Orang-orang yang bekerja di acara tersebut mampu menyediakan segala jenis informasi kepada kantor acara korporat untuk memastikan efisiensi dan efektivitas yang lebih besar untuk acara selanjutnya.

*“The people working on the event can supply the corporate event office with all kinds of information to ensure greater efficiency and effectiveness for the next event.”* (O’Toole & Mikolaitis, 2002)

*Procurement* (pembelian) mengarah pada keputusan untuk membeli barang yang diperlukan untuk mendukung keberlangsungan acara. O’Toole & Mikolaitis (2002) berpendapat bahwa keputusan untuk mempekerja, menyewa, membuat atau membeli sejumlah sumber daya untuk sebuah acara akan bergantung pada sejumlah faktor seperti *return of investment, legal and other risk consideration, schedules, quality assurance and change, dan future use and storage*. Penetapan biaya dan pengadaan sumber daya dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan manapun. Pengadaan sumber daya yang cerdas dapat mengurangi biaya tidak perlu dari acara korporat dan memberikan acara, manajemennya, dan klien atau sponsor sebuah keunggulan yang kompetitif.

*Communication* (komunikasi) mengarah pada alur komunikasi yang jelas dari pihak yang berbeda untuk menghindari miskomunikasi. Mark Harrison pada buku O’Toole & Mikolaitis (2002) mengekspresikan pentingnya komunikasi dalam melaksanakan acara korporat. Komunikasi yang kurang jelas berpotensi untuk memunculkan kerancuan, keterlambatan dan ketidakpastian. Adapun jenis-jenis tipe dokumen yang mencakup komunikasi internal



dan eksternal menurut O'Toole & Mikolaitis (2002) termasuk memo, *minutes of meetings*, email, laporan, dan koran berita. Komunikasi internal yang direncanakan dengan baik sangat berperan penting bagi keberhasilan acara korporat dan merupakan tulang punggung dari sukses proyek tersebut.

*“Well-planned internal communications are critical to the success of corporate events and are the backbone of the project’s life cycle.”*

Salah satu metode untuk menganalisis pekerjaan yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan acara, atau yang disebut dengan *Work Breakdown Structure*. O'Toole & Mikolaitis (2002) pada buku *Corporate Event Project Management* mengemukakan bahwa terdapat sebuah proses dekomposisi yang memecah proyek kompleks menjadi proyek-proyek kecil untuk dikelola lebih mudah. *“This is a process of decomposition whereby a complex project is broken up into smaller units of work that can be easily managed.”* *Work Breakdown Structure* (WBS) merupakan sebuah proses dekomposisi dimana proyek yang kompleks dipecah menjadi unit kerja yang lebih kecil yang dapat dikelola lebih mudah.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Proses perancangan dan pelaksanaan sebuah acara merupakan proses yang luas. Tahap pelaksanaan acara merupakan sebuah proses implementasi terpadu dari seluruh kebutuhan operasional dan logistik suatu acara berdasarkan lingkup elemen acara tersebut. Polivka & Goldblatt, n.d. pada buku *Professional Event Coordination* menyatakan bahwa, *“The professional event coordinator uses a sequential process to consistently produce events of any genre or scope that deliver the intended event experience.”* Seorang koordinator acara yang profesional akan menggunakan proses yang terstruktur secara konsisten demi menghasilkan sebuah acara dari genre atau ruang lingkup mana saja yang memberikan pengalaman acara yang diinginkan oleh peserta.

Pertama, koordinator acara yang profesional akan menyusun rencana yang membawa peserta berpetualang melalui beberapa dimensi: pemandangan, suara, rasa, tekstur, bau, tinggi dan rendah, menuju klimaks, pengalihan yang berarti, dan penemuan yang memberikan dampak dan pesan yang diinginkan dari keseluruhan acara. Polivka & Goldblatt (2004) mengutip dalam buku *The Experience Economy*, *“Many times, experience stagers develop a list of impressions they wish guests to take away and then think creatively about different themes and story lines that will bring the impressions together in one cohesive narrative.”*

Kedua, koordinator acara harus menuliskan deskripsi acara dengan detail, termasuk kegiatan, durasi waktu, pengaturan, bahkan dialog yang akan digunakan di atas panggung. Polivka & Goldblatt (2004) menyatakan bahwa hal tersebut akan memudahkan koordinator acara untuk membayangkan pengalaman acara yang akan dimiliki oleh peserta dari awal hingga akhir acara. Koordinator acara harus memastikan bahwa pengalaman yang

didapatkan oleh peserta memenuhi tujuan dan sasaran yang diinginkan dengan cara yang efektif dan menghibur. *“...to ensure that it meets the goals and objectives (the desired out-comes) in an effective and entertaining manner.* Ketiga, penentuan pengisi acara hiburan dalam diambil dari tujuan dan sasaran khusus mengenai ketentuan serta batasan pemesanan hiburan dan atraksi.

Keempat, tidak peduli berapa lama seorang artis telah berkarya, atau seberapa membosankannya penampilan artis tersebut, siapapun yang berada di atas panggung memiliki kekhawatiran mendalam mengenai respons yang akan diterima. *“Even the most famous celebrities and experienced performers admit to experiencing severe nervousness or “butterflies” before going onstage.”* (Polivka & Goldblatt, 2004) Yang dapat dilakukan adalah dengan menunjukkan rasa hormat (*respect*), mengkomunikasikan harapan dengan jangka waktu yang tepat, dan memberikan apa yang dibutuhkan oleh artis tersebut. Terakhir, Polivka & Goldblatt (2004) menekankan bahwa, *“An entertaining experience must be engineered, structured, and choreographed so that it delivers a strong opening, a satisfying core and a meaningful climax.”* Struktur dan komponen harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan penyelenggara dan peserta untuk memberikan pengalaman acara yang diinginkan.

Untuk menciptakan pengalaman yang progresif dan bermanfaat, koordinator acara menggunakan alat dan teknik, meliputi dimensi, keragaman, sesuatu yang dibangun, jeda, fokus, keseimbangan, kontras dan ritme. Elemen hiburan dapat ditambahkan beberapa kali dan beberapa tempat untuk memfasilitasi pengalaman yang dirancang dengan baik, memberikan solusi yang menghibur untuk tantangan dan meningkatkan segala jenis kesempatan. (Polivka & Goldblatt, 2004)

Sesuai yang dikatakan oleh Alvin Toffler dalam buku *Professional Event Coordination*, *“We need to consider ourselves as experiential engineers.”* Beberapa peserta akan memiliki gambaran jelas mengenai apa yang ingin didapatkan melalui sebuah acara. Maka dari itu, Polivka & Goldblatt (2004) berpendapat bahwa pengembangan strategi evaluasi harus dilakukan di awal untuk menunjukkan besaran potensi keberhasilan. Pengukuran tersebut dapat berupa angka kehadiran, pendapatan, persepsi, atau publisitas.

Goldblatt (2002) berpendapat bahwa, *“...during the course of coordinating an event you will be required to make not dozens but hundreds of decisions.”* Identifikasi setiap elemen dan komponen acara yang berpotensi untuk mempengaruhi peningkatan pengalaman peserta. Identifikasi elemen-elemen yang berperan atas kesuksesan pada acara sebelumnya, elemen yang mampu memanfaatkan peluang dan kekuatan, serta elemen yang mampu meminimalisir tantangan, kelemahan dan ancaman. (Polivka & Goldblatt, 2004)

Polivka & Goldblatt (2004) juga mengemukakan bahwa, *“The best compliment a professional event coordinator can receive is that no one asked for directions or questioned what was happening.”* Polivka & Goldblatt (2004) mengemukakan dimensi-dimensi yang harus dikombinasikan oleh koordinator acara untuk menciptakan pengalaman peserta.

*Anticipation* (Antisipasi) diciptakan melalui undangan, pengumuman, brosur, publikasi, iklan dan.atau promosi. Hal-hal tersebut kemudian didesain sedemikian rupa untuk mempersiapkan seorang individu untuk mengalami acara yang akan dirasakan berhubung nilai jual sebuah acara adalah pengalaman acara itu sendiri. *“You are always selling something and in this case it is an event and an event experience you are selling.”* (Polivka & Goldblatt, 2004) Media-media tersebut kemudian berperan untuk mempengaruhi calon peserta untuk mengambil keputusan dalam menghadiri acara tersebut. Strategi untuk menciptakan ketertarikan dan antisipasi yang tepat untuk sebuah acara, informasi seperti dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana keputusan pembelian dibuat akan berperan penting.

*Atmosphere* (Atmosfir) dapat dipengaruhi oleh lingkungan fisik, dekorasi tema, property, hingga lokasi toilet mampu memberikan dampak terhadap pengalaman peserta. Polivka & Goldblatt (2004) juga berpendapat bahwa dekorasi paling sederhana merupakan sebuah ekspresi perhatian dan bentuk penghargaan. Hal tersebut mampu menciptakan lingkungan atau suasana perayaan, membangkitkan motivasi, sebuah peringatan, pendidikan, ataupun ucapan selamat. Lingkungan acara yang kondusif mampu menghasilkan sebuah komunikasi nonverbal yang berada pada banyak tingkatan, secara sadar maupun tidak dasar. Dengan bekerja sama dengan desainer dan pemasok yang sesuai maka akan tercipta lingkungan dengan tujuan, pesan yang diinginkan dan akan meninggalkan kenangan.

*Activity* (Kegiatan) peserta terbagi menjadi dua, kegiatan aktif yang melibatkan peserta seperti percakapan kecil antar peserta, dan kegiatan pasif seperti pertunjukkan panggung yang melibatkan peserta hanya sebatas pengamat. Polivka & Goldblatt (2004) mengemukakan bahwa dalam pelaksanaan acara, pilih hanya elemen penting dan eliminasi elemen yang tidak mendukung program, kepadatan aktivitas dapat menjadi presentasi yang efektif sehingga mampu menghadirkan pengalaman acara yang diinginkan. Karena banyak peserta program yang mencari nilai melalui keaslian, petualangan, inspirasi, dan pendidikan.

*“Many participants in companion programs are looking for value through authenticity, adventure, inspiration, and education.”*

d. *Controlling* (Pengawasan)

Setelah acara selesai, koordinator acara akan mengelola prosedur penutupan, proses serah terima, proses pengarsian, evaluasi, dan pelaporan. Evaluasi adalah tahapan dimana penyelenggara acara meringkas pendapat peserta acara mengenai acara tersebut. Laporan evaluasi akan memberitahu penyelenggara acara kualitas apa saja yang harus ditingkatkan di masa yang akan datang. Menurut O’Toole & Mikolaitis (2002), proses evaluasi mencakup mempersiapkan dan mendistribusikan survei, mengumpulkan data hasil survei, mentabulasi data hasil survei, menganalisis data hasil survei, mempersiapkan laporan dan menyerahkan hasil laporan akhir. Proses evaluasi yang dirancang dengan baik akan memberi jawaban atas apakah acara tersebut sudah

memenuhi tujuan dan sasaran acara serta informasi mengenai kebutuhan dan peluang untuk acara yang akan datang.

*“A well-designed evaluation process enables the client and the event manager to determine if the event met the desired goals and objectives as well as the needs and opportunities for future events.” (O’Toole & Mikolaitis, 2002)*

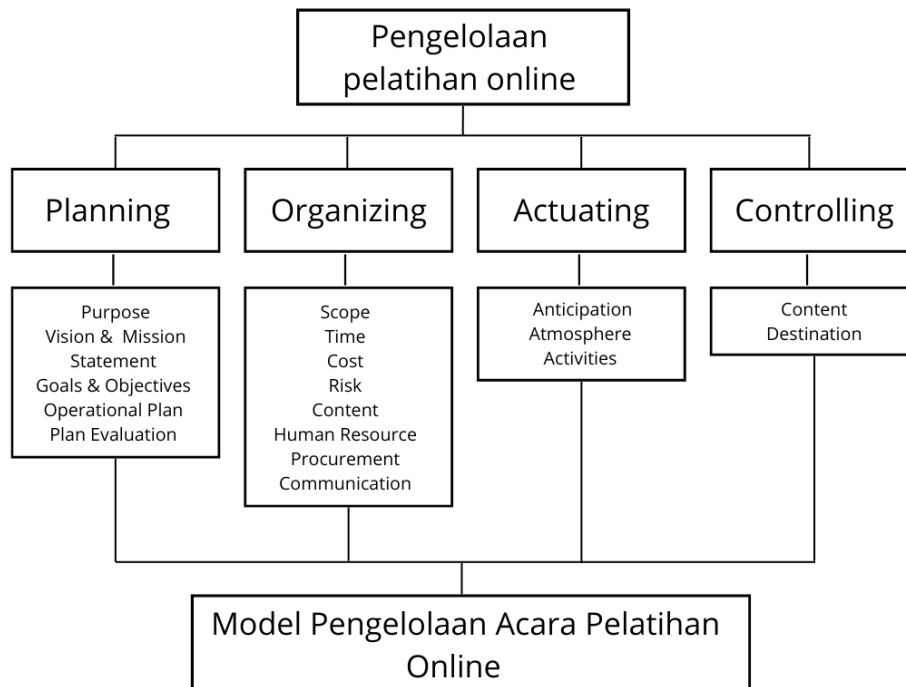
Secara umum, terdapat dua bidang yang harus dievaluasi oleh penyelenggara acara, konten dan destinasi. Konten mencakup pembicara yang diundang, kegiatan yang dilakukan dan hiburan selama acara tersebut berlangsung. Evaluasi konten dilakukan untuk menentukan seberapa baik konten yang disajikan terkait tujuan acara. (O’Toole & Mikolaitis, 2002) Peserta diberikan pertanyaan mengenai keberhasilan setiap elemen seperti pembicara, topik yang dibahas, nilai (*value*) yang diterima oleh peserta, dan apakah peserta akan tertarik pada acara maupun diskusi serupa dengan topik tersebut di masa yang akan datang.

*“The evaluation process provides direct feedback from the attendees regarding the quality of elements, such as speaker, the topic covered, its value to the attendee, and whether the attendee is interested in future events or discussions on that topic.”*

Destinasi mencakup tempat diadakannya acara tersebut, fasilitas yang ditawarkan, dan layanan yang diberikan. Evaluasi destinasi dilakukan untuk mengukur kesesuaian tujuan dan tempat acara, fasilitas yang disediakan dengan mempertimbangkan profil peserta, konten acara, dan aktivitas. (O’Toole & Mikolaitis, 2002) Hasil evaluasi yang diterima mencerminkan seberapa baik tujuan dan fasilitas yang dipilih telah mencapai sasaran dan berkontribusi dalam memodifikasi profil dan pemilihan tujuan dan fasilitas di masa yang akan datang.

*“It is the responsibility of the corporate event manager to plan a program that weaves together a variety of elements, including items such as educational presentations, social activities, meal functions, and recreational activities.”*

## 2.2. Kerangka Berfikir



**GAMBAR 2.1 KERANGKA BERFIKIR**