

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian *Event*

Event atau acara merupakan sebuah hal atau pokok yang akan dilaksanakan secara terencana dan tersusun untuk suatu tujuan. Sebuah acarapun dilaksanakan berdasar dari rencana yang telah disusun rapi dari hal kecil sekalipun harus diperhatikan, *event* pun tidak dilakukan atau dilaksanakan secara tiba-tiba. Setidaknya ada beberapa hal/faktor penting yang perlu sekali untuk diperhatikan sehingga sebuah *event* dapat terlaksana seperti, perencanaan yang matang, kepanitiaan, pembuatan konsep, *timeline*. Kegiatan acara yang juga disebut dengan istilah *event*, diadakan untuk mengenang sebuah fenomena atau juga peristiwa bagi manusia, hal tersebut bisa diselenggarakan oleh perseorangan individu ataupun kelompok organisasi untuk menghasilkan sebuah tujuan dan alasan tertentu yang mana didalamnya melibatkan khalayak masyarakat pada waktu tertentu (Noor, 2009). Sebuah kegiatan penyelenggaraan *event* yang diadakan atau diselenggarakan memiliki tujuan yakni untuk menghadirkan jumlah pendatang atau pengunjung acara yang mencapai target bahkan melewati batas target (Noor, 2009). Kunci utama pengunjung bisa mendapatkan

pengalaman yaitu, utamanya tiap individu pengunjung untuk mengetahui mengenai apa manfaat yang bisa didapatkan melalui suatu *event* (Noor, 2009). *Event* publik dan *event* pribadi menjadi pembeda, *event* yang diperuntukan yang sifatnya publik meliputi : pesta kebudayaan, kesenian atau hiburan, bisnis perdagangan, turnamen atau kejuaraan olahraga, edukasi atau pengetahuan, rekreasi, kegiatan kenegaraan. Sedangkan yang disebut *event* pribadi meliputi perayaan pribadi seperti peringatan hari jadi tertentu, kegiatan keluarga yang sifatnya hanya lingkup keluarga, pernikahan dan ulang tahun, serta *event-event* sosial (Getz, 1997).

Event yakni sebuah kegiatan khusus yang dilakukan di luar kegiatan rutin dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan *event* memberikan peranan yang amat sangat penting bagi kehidupan. *Event* dibuat bertujuan untuk antisipasi dan dalam banyak hal dapat memberi sebuah pengalaman yang bermanfaat (Trigg, 1996). Kegiatan atau kejadian yang sifatnya tidak rutin dan memiliki waktu luang, kultural, dipisahkan dari aktivitas normal seperti biasa, di mana kegiatan tersebut memiliki suatu tujuan yang akhirnya untuk memberikan sebuah penerangan, perayaan, terhibur atau mendapat pengalaman dari suatu individu bahkan kelompok masyarakat (Shonee and Parry, 2002).

Dapat diartikan bahwa *event* yang terencana dibuat untuk mencapai hasil atau tujuan tertentu, termasuk hal yang mencakup mengenai budaya, ekonomi, masyarakat, juga lingkungan. Perencanaan suatu *event*, melibatkan desain dan implementasi dari pengaturan acara, tema, perlengkapan, program, dan pelayanan yang meyakinkan, memfasilitasi atau membentuk pengalaman

bagi pengunjung, partisipan, tamu, penonton, dan stakeholder lainnya. Setiap pengalaman event sangat pribadi dan unik, timbul dari interaksi pengaturan, program dan orang-orang yang terlibat. Dengan begitu *event* dapat diartikan sebagai salah satu aktivitas atau kegiatan acara yang mana sifatnya bukan sebagai rutinitas dan dalam pelaksanaannya sudah terencana atau tersusun untuk sebuah tujuan kepentingan yang baik.

2. Special event

Aktivitas yang dirancang dan terencana secara khusus dalam rangkaian tiap programnya itulah yang disebut dengan *special event*. Kegiatan tersebut antara lain mengandung beberapa karakteristik yakni, menunjang kegiatan manajemen untuk mendapatkan pencapaian tujuan organisasi, melahirkan citra yang baik dan kepercayaan publik. *Special event* (ajang khusus) merupakan suatu kegiatan yang dirancang istimewa juga sudah pasti terencana dan dilakukannya untuk menandai atau mengingat adanya sebuah acara yang istimewa untuk mengapai tujuan yang positif bagi tiap lingkungan sosial budaya atau tujuan yang diinginkan bersama-sama menurut (Allen, 2002). Menurut Kemal (2017), *special events* sesungguhnya biasanya masuk dalam kegiatan utama manajemen serta program kerja tahunan Humas. Sebagai contoh kegiatan perayaan kemerdekaan RI yang dirayakan setiap 17 Agustus, adalah salah satu contoh *special event* yang memiliki makna khusus. Selain itu, berbagai organisasi/perusahaan mengagendakan pula kegiatan terkait hari raya keagamaan: misalkan Natal, Ramadhan, Lebaran atau Imlek,

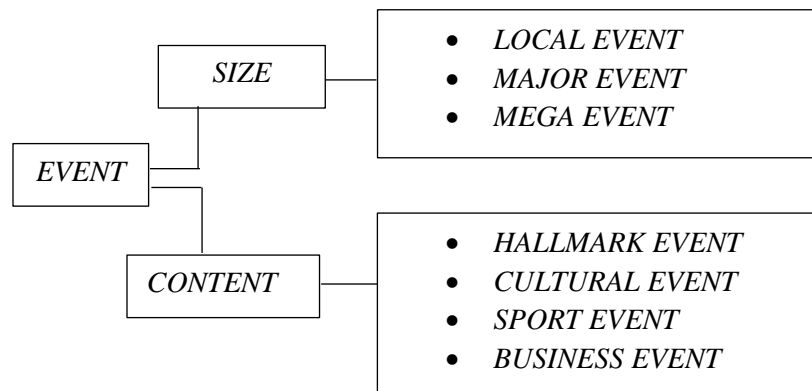
yang sifatnya memancarkan makna khusus bagi publik. Para pakar Humas umumnya sepakat dan menegaskan, penyelenggaraan kegiatan itu merupakan suatu upaya yang sangat bagus untuk menarik perhatian publik terhadap organisasi atau perusahaan. Diharapkan juga bisa meningkatkan kedekatan dengan publik atau *stakeholders*. Penyelenggaraan berbagai *special events* dapat dilakukan dengan mengambil berbagai bentuk kegiatan yaitu: Festival, acara ini dilakukan dengan menggelar berbagai pertunjukan musik, jenis hiburan atau pun seni budaya lainnya yang bisa mengundang minat penonton. Selain itu, parade, yang dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak yang memiliki minat yang sama untuk suatu kegiatan. Parade mobil hias dalam rangka hari nasional misalnya, merupakan suatu upaya yang sangat baik untuk melibatkan partisipasi publik.

Penyelenggaraan ajang khusus (*Special event*) tujuan utama dari diadakannya kegiatan *special event* anatara lain untuk dapat menarik perhatian khusus bagi khalayak sasaran. Untuk mencapainya ada dua faktor penting yang mampu dipahami agar tujuan *special event* yang inginkan dapat tercapai, yaitu unsur *entertainment* (hiburan) dan unsur *excitement* (berkesan) (Pudjiastuti, 2010) . Dengan itupun diartikan ajang khusus (*special event*) merupakan giat kegiatan acara yang sangat istimewa yang berbeda dengan acara-acara umum lainnya yang dapat ditujukan kepada khalayak masyarakat dengan membuat serangkaian aktivitas, juga mampu memberikan kesan atau hiburan, yang mana hal tersebut memang sudah terancang atau terencana.

Menurut Bowdin (2006) *Special event* dapat diklasifikasikan dan dijelaskan berdasarkan besar dan isinya. Klasifikasi tersebut digambarkan seperti berikut :

Tabel 2

Klasifikasi *Special event*



Sumber : Special event Book, Wahyuni Pudjiastuti 2010.

3. Festival

Festival dan *special event* merupakan sebuah rangkaian produk pengalaman unik yang dapat menghasilkan rentang sensasi, imajinasi, emosi dan keterlibatan pengunjung dalam kegiatan acara (Wahid dan Omar, 2011). Festival adalah salah satu fenomena sosial yang menampilkan budaya otentik dari satu kebudayaan yang dapat dinikmati oleh masyarakat secara terbuka. Selain itu dalam bukunya, festival tergolong kedalam *special event*. Pengertian *special event* sendiri merupakan perayaan besar yang cukup kompleks dan dapat diselenggarakan secara sederhana atau perorangan

maupun dengan skala yang lebih besar dan dikelola secara internasional (Noor, 2013) .

Festival merupakan suatu jenis dari wisata budaya yang didalamnya berupa atraksi wisata dengan kemasan fitur keunikan dan keberagaman (Formica dan Uysal, 1998). Pengertian utama festival yakni diselenggarakan untuk bertujuan mengumpulkan banyaknya orang dari daerah yang bersangkutan untuk turut ikut serta mengambil bagian dari festival tersebut (Noor, 2013). Pendapat lain mengenai festival menurut Pudjiastuti (2010) yakni agar dikunjungi khalayak masyarakat, suatu fetsival biasanya akan dilengkapi dengan *fair* untuk mendukung keramaian festival.

Pengertian lain festival dikemukakan oleh Bowdin (2006), menurut Bowdin kebanyakan komunitas menyelenggarakan festival dan acara yang ditargetkan untuk masyarakat setempat atau pada komunitas itu sendiri dan diselenggarakan untuk nilai sosial, kesenangan dan hiburan. *Fair* akan banyak memberikan hiburan bagi khalayak, baik dalam bentuk kesenian, budaya, permainan, maupun penjualan produk. Karakteristik utama dari *fair* dan festival (Pudjiastuti, 2010) antara lain :

- a. Melibatkan banyak peserta *fair* atau festival
- b. Tujuan utamanya adalah memberikan hiburan kepada khayak dan bagi peserta untuk menunjukan eksistensinya.
- c. Aneka hiburan atau permainan bisa disajikan sekaligus dalam acara yang berbentuk *fair*.

- d. Pada festival biasanya ada satu tema acara yang akan diangkat, misal seperti festival kesenian anak jalanan. Oleh karena itu, dalam suatu festival ini yang disajikan adalah bentuk kesenian yang dimainkan oleh para anak jalanan.
- e. *Fair* dan festival seringkali diadakan bersama agar saling mendukung.
- f. Khalayak sasaran spesifik
- g. Tempat pelaksanaan bisa dimana saja, yang terpenting representatif untuk jenis *fair* dan festivalnya.
- h. Pelaksanaannya bisa 1 atau 3 hari bahkan bisa dalam jangka waktu yang lebih panjang lagi, satu minggu atau sampai satu bulan. Bisa dilaksanakan secara rutin atau sekali saja.

4. Pengalaman Pengunjung

Pengalaman memungkinkan tiap individu menjadi tahu dan mendapatkan hasil yang berkesan dengan kemudian secara tidak sengaja menjadikannya sebagai sebuah pengetahuan tersendiri. Dalam dunia kerja istilah pengalaman bisa dipakai untuk merujuk pada ilmu pengetahuan atau keterampilan seseorang terhadap satu hal bahkan lebih yang diperoleh dari keterlibatan atau berkaitan selama periode tertentu. Pengalaman adalah kejadian yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, diterima, dsb) baik yang sudah lama atau baru saja terjadi. Dalam sebuah pengalaman yang terpenting dari hal itu adalah hikmah atau pelajaran yang bisa diambil. Pengalaman pengunjung *event* merupakan sebuah implementasi pelayanan agar menambah

pengalaman pribadi, pertimbangan terhadap kepuasan, keputusan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikannya (Ko, 2000).

Pengalaman pengunjung pada kegiatan *event* dapat disimpulkan bahwa sebuah pengalaman sebenarnya dibuat melalui beberapa hal yang sudah terencana dari ide seseorang ataupun oleh sebuah organisasi dan hasilnya bisa diberikan dan disaksikan kepada pengunjung yang datang. Selain itu *event* ditujukan untuk mampu membuat atau membentuk pengalaman yang berkesan pada pengunjung. Pengalaman merupakan hal yang terpenting di dalam setiap penyelenggaraan *special event*, menurut Getz (2007) mengemukakan menurutnya sebuah pengalaman adalah unsur atau hal yang sangat berarti atau istimewa kemudian mengharuskan diciptakan dari penyelenggara dan dirasakan oleh pengunjung ketika menghadiri sebuah *event* karena hal tersebut sangat berpengaruh dengan *event* yang akan diselenggarakan kembali di tiap tahunnya. Untuk menghasilkan unsur pengalaman sebuah *event* harus didesain mulai dari konsep acara hingga semua elemen-elemen yang diperlukan dalam rangkaian tersebut sampai akhirnya dapat menghasilkan pengalaman dan dapat diterima oleh para pengunjung pada saat terlibat dalam kegiatan sebuah acara tersebut (Goldblatt, 2008).

Setiap *event* harus selalu memberikan pengalaman yang sangat spesial terhadap pengunjung. Untuk memenuhi faktor pengalaman pelaksanaan *special event* harus memperhatikan dan memepertimbangkan gerak, suara, warna cahaya dan sentuhan aroma untuk menyentuk *sense* dan *feel* dari pada

audience. Unsur-unsur tersebut dapat diaplikasikan pada penggunaan dekorasi, *lighting*, penyusunan kursi dan meja, ruangan, panggung, musik dan hiburan susunan acara, potokoler, *MC* dan sebagainya yang sudah didesain sedemikian rupa. Setiap *audience* berharap memperoleh kesan mendalam dari sebuah penyelenggaraan ajang khusus (*special event*) yang memorable juga berhasil. Karena diciptakannya *event* tersebut lain dari pada *event* biasa melainkan inilah yang dikatakan *special event*, selain itu kegiatan ini membutuhkan pengambilan langkah dan aspek penting yang harus dimengerti agar tujuan yang diinginkan dari penyelenggaraannya dapat diperoleh (Pudjiastuti, 2010).

Event dapat diartikan sebagai suatu fenomena yang dihasilkan agar memberikan kenangan tersendiri bagi tiap individu yang terlibat. Segala kegiatan, suasana dan efek yang sudah dirancang akan selalu berkaitan dan suatu fenomena *event* yang apik akan tersampaikan oleh pengunjung (Silver, 2012). Pengalaman yang unik dan istimewa dipandang dari sebuah *event* (Getz, 2012).

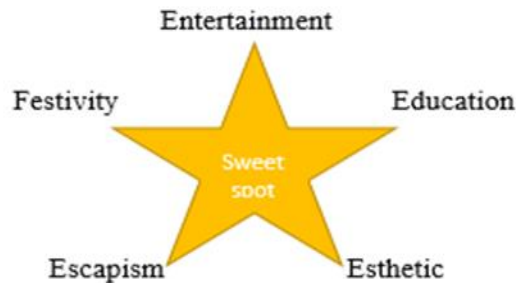
Untuk tujuan penelitian ini, pengalaman acara dari sudut pandang pengunjung dipandang sebagai "pertemuan yang menyenangkan, menarik, mudah diingat di tempat kejadian, yang diadaptasi dari Oh, fiore dan jeoung (2007). Terutama, model pengukuran ini lebih memusatkan perhatian pada pentingnya memeriksa keefektifan acara dari persepsi dan pengalaman visitor pribadi daripada penilaian penyelenggara. Martin, Getz, dan Carlsen (1999) mengemukakan bahwa melihat pengalaman produk festival dari persepsi

pelanggan adalah yang paling penting, bukan penyelenggaraan festival. sebuah kegiatan acara yang memberikan pengalaman unik dan mampu menghasilkan beberapa serangkaian sensasi, imajinasi, emosi, dan keterlibatan pengunjung. Untuk tujuan dari penelitian ini, sebuah pengalaman acara dari sudut pandang pengunjung dipandang sebagai pertemuan yang menyenangkan, menarik, mudah diingat di lokasi kejadian yang diadaptasi (Oh, Fiore dan Jeoung, 2007).

Selain itu pembentukan evaluasi berdasarkan pengalaman berguna bagi organisasi acara untuk mengukur pencapaian atau efektivitas dari hasil acara mereka dan lebih memahami sifat pengalaman pengunjung dalam kegiatan acara tersebut. Sebagai berikut merupakan lima aspek atau faktor yang dapat digunakan untuk mengukur pengalaman pengunjung yaitu, *Education, Esthetic, Entertainment, Escapism*, dan *Festivity* dan hal tersebut yang harus diperhatikan untuk menghasilkan sebuah pengalaman kepada pengunjung (Wahid dan Omar, 2011).

Dapat dikatakan bahwa sebuah pengalaman bisa didapatkan dari sebuah *event* yang unik dan menarik sehingga menimbulkan persepsi yang baik dari tiap pengunjung yang datang pada *event* tersebut. Model pengukur pengalaman kegiatan acara dapat menjadi alat yang berguna untuk melakukan evaluasi dan menilai efektifnya suatu peristiwa (Wahid dan Omar, 2011). Berikut inilah merupakan gambaran dari lima dimensi model pengukur pengalaman :

Gambar 1
Model Pengukuran Pengalaman



Sumber : A Measurement Model of Event Experience 2011.

Teori tersebut dijadikan sebagai acuan dalam penulisan ini untuk melakukan pengukuran pengalaman bagi pengunjung *event* Sehari Bersama Coklat Kita 2019.

Dengan lima faktor dari model tersebut dapat diturunkan dan dijelaskan menjadi enam belas indikator dan menjadikannya model pengukur pengalaman pengunjung, sebagai berikut :

a. Education

1) Pengunjung mendapatkan banyak pelajaran dari *event*

secara aktif dapat menarik perhatian pengunjung untuk pengembangan pengetahuan yang didapatkan oleh pengunjung. Ketika hadir pada sebuah acara baiknya pengunjung mendapatkan pembelajaran dengan secara aktif mengikut sertakan pikiran atau tubuh sehingga menghasilkan rangkaian pengalaman.

2) Merangsang rasa keingintahuan pengunjung untuk belajar hal baru

Baiknya kegiatan *event* mampu membuahkan rasa ingin tahu para pengunjung agar memperoleh pengalaman yang bersifat pelajaran baru baginya (Oh, Fiore dan Jeoung, 2007).

b. Esthetic

1) Pengunjung merasakan kenyamanan

Sebaiknya sebuah unsur pengalaman estetik mampu membawa pengunjung untuk benar-benar menikmati dirinya brada di area kegiatan *event* tanpa terpengaruhi atau merubah karakter area acara yang dipersembahkan kepada pengunjung.

2) Pengunjung merasakan kesenangan

Sebaiknya sebuah unsur pengalaman estetik mampu membawa pengunjung untuk benar-benar menikmati dirinya brada di area kegiatan *event* tanpa terpengaruhi atau merubah karakter area acara yang dipersembahkan kepada pengunjung. Lain dari hal itu juga pengunjung harus mengikutsertakan pikiran dan tidak adanya partisipasi aktif di dalamnya, kemudian selaku pasif menghormati konsep acara yang ditampilkan.

3) Dekorasi acara yang tidak membosankan

Unsur pengalaman yang dibagikan pada pengunjung oleh pihak penyelenggara merupakan berupa unsur harmoni dan kedamaian (Oh, Fiore dan Jeoung, 2007).

4) Dekorasi acara yang menarik

Setiap *event* harus selalu memberikan hal pengalaman yang sangat *special* terhadap pengunjung. Untuk memenuhi tuntutan *experience* tersebut *special event* harus memperhatikan dan memepertimbangkan gerak, warna, suara, cahaya dan aroma untuk menyentuk *sense* dan *feel audience* (Pudjiastuti, 2010).

c. *Entertainment*

1) Acara menarik untuk ditonton

Faktor *entertainment* sangat mengharuskan bahwa suatu kegiatan acara patut menarik atau membawa perhatian para pengunjung.

2) Petunjukan pengisi acara yang mengagumkan

Faktor *entertainment* dapat diartikan bahwa pengunjung mengikutsertakan dirinya untuk melakukan observasi pasif kepada penampilan bahkan orang yang sekalipun ia tidak kenal.

3) Pengunjung sangat menikmati pengisi acara

Sebaiknya pengalaman pengunjung harus didapatkan dengan melibatkan perilaku observasi pasif terhadap aktifitas yang berjalan.

4) Acara/aktifitas sangat menyenangkan untuk ditonton

Seharusnya pengalaman pengunjung yang dibuat harus meliputi aspek hiburan yang mampu menarik perhatian dan mengajak atau mengikutsertakan pengunjung, agar pengunjung merasa terhibur (Oh, Fiore dan Jeoung, 2007).

d. Escapism

- 1) Pengunjung merasa seperti tinggal di tempat dan waktu yang berbeda

Pengalaman seperti sedang berada di tempat juga waktu yang berbeda dirasakan oleh pengunjung karena hal tersebut mengikutsertakan pikirannya dan partisipasi aktif dari pengunjung dengan itu mereka merasa berada di tempat dan waktu yang lain atau berbeda.

- 2) Pengunjung membayangkan menjadi orang lain

Faktor pelarian atau yang di sebut *escapity* mampu mempengaruhi para pengunjung merasakan pengalaman menjadi orang lain dan berbeda jauh dari karakteristik nyata dirinya. Hal tersebut melibatkan pikirannya dengan partisipasi aktif pengunjung yang sifatnya melenceng sehingga mereka merasa bahwa mempunyai karakter yang beda atau lain saat hadir pada sebuah acara.

- 3) Pengunjung merasakan suasana yang berbeda dari rutinitasnya

Dalam faktor pelarian atau *escapity* dilukiskan bahwasanya para individu pengunjung yang menghadiri sebuah kegiatan acara dapat merasakan bahwa ia sedang sungguh-sungguh melarikan diri dari rutinitas biasanya (Oh, Fiore dan Jeoung, 2007).

e. Festivity

- 1) Lingkungan pelaksanaan acara penuh suka cita dan keceriaan

Pengalaman pengunjung yang bisa didapatkan dalam sebuah kegiatan acara meliputi faktor perayaan yakni sebuah kegiatan acara mampu

untuk membawa perasaan atau dorongan energi semangat para pengunjung dengan bersama hingga memperoleh pengalaman perayaan yang ceria atau suka cita.

2) Pengunjung terlihat lebih bersemangat dalam acara

Pengalaman pengunjung yang bisa didapatkan dalam sebuah *event* meliputi faktor perayaan yakni sebuah kegiatan acara mampu untuk membawa perasaan atau dorongan energi semangat para pengunjung dengan bersama hingga memperoleh pengalaman perayaan yang ceria.

3) Pengunjung merasakan perayaan dalam acara

Sebuah penyelenggaraan *event* mampu menjadikan tiap individu pengunjung mengalami perayaan sebuah *event* yang sangat meriah (Oh, Fiore dan Jeoung, 2007).

B. Kerangka Pemikiran

Berikut kerangka pemikiran pada penelitian ini :

