

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, aktivitas ekonomi yang berasal dari kebutuhan fisik manusia supaya senantiasa bertahan dalam kehidupannya. Terdapat kebutuhan serta kemauan untuk mempertahankan hidup inilah yang menimbulkan interaksi antara manusia dengan sesamanya. Kebutuhan serta kemauan merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan oleh setiap orang, kebutuhan merupakan suatu keinginan yang dapat memenuhi secara optimal demi mempertahankan kehidupannya. *

Setiap masyarakat tentunya akan mengalami perubahan, Meskipun ruang lingkup perubahan tidak terlalu luas akan tetapi perubahan yang terjadi di dalam masyarakat seperti perubahan pada nilai-nilai sosial, norma sosial, pola perilaku, susunan lembaga masyarakat, wewenang serta kekuasaan, interaksi sosial yang pastinya akan menimbulkan perubahan di dalam masyarakat. Di samping kebutuhan dan kepentingan masyarakat akan selalu berkembang terus menerus serta semakin pesat, sehingga diperlukan perubahan agar kebutuhan dan kepentingan dapat terpenuhi secara wajar.

Salah satu faktor yang menyebabkan perubahan sosial adalah kemajuan teknologi serta komunikasi seperti yang terjadi di Ponorogo dengan mudahnya akses terhadap informasi yang mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup (*lifestyle*) terutama di kalangan anak muda generasi milenial. Perubahan yang menonjol di era milenial ini adalah banyaknya strategi promosi menggunakan sebuah acara atau event.

Event merupakan sebuah kegiatan yang sering kita lihat dari jaman dahulu hingga sekarang dan bagian penting dari kehidupan sosial dan budaya kita. *Event* adalah hal yang dapat menyatukan orang untuk berbagai tujuan, seperti merayakan pencapaian, mempelajari hal baru, membangun jaringan, dan membangun hubungan. Acara dapat

dilakukan dalam berbagai bentuk, mulai dari pertemuan kecil seperti pesta ulang tahun hingga konferensi berskala besar seperti festival. Kesuksesan sebuah *Event* tergantung pada berbagai faktor, seperti perencanaan, promosi, logistik, dan pelaksanaan. Sehingga penyelenggara event harus dengan hati-hati mempertimbangkan *audiens* target, anggaran, tempat, program, dan elemen kunci lainnya untuk memastikan bahwa acara tersebut memenuhi tujuannya dan meninggalkan kesan abadi pada peserta.

Event dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan dengan maksud dan tujuan tertentu yang melibatkan banyak orang seperti panitia, peserta, dan organisasi atau komunitas luar yang terlibat dalam kegiatan tersebut. *Event* mengacu pada pertemuan orang yang direncanakan untuk tujuan atau acara tertentu. Mereka bisa bersifat sosial, budaya, pendidikan, atau terkait bisnis dan dapat berkisar dari pertemuan intim kecil hingga acara berskala besar yang menarik ribuan orang. Beberapa jenis *Event* yang umum termasuk konferensi, pameran dagang, konser, festival, pernikahan, pesta ulang tahun, acara amal, dan kompetisi olahraga. *Event* dapat diselenggarakan oleh individu, bisnis, organisasi nirlaba, atau lembaga pemerintah dan dapat melayani berbagai tujuan seperti merayakan pencapaian, berbagi pengetahuan, mempromosikan produk atau layanan, meningkatkan kesadaran, atau penggalangan dana. *Event* dapat diadakan di berbagai tempat, termasuk pusat konvensi, hotel, ruang terbuka, dan tempat tinggal pribadi. Mereka sering melibatkan perencanaan, promosi, dan logistik yang cermat untuk memastikan bahwa mereka berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan munculnya teknologi, acara virtual dan hybrid juga menjadi semakin populer, menawarkan peluang baru untuk keterlibatan dan aksesibilitas. Secara keseluruhan, *Event* adalah bagian penting dari jalinan sosial dan budaya kita, menyatukan orang dan memberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan hubungan yang bermakna.

Manajemen Event dapat diartikan sebagai pengorganisasian sebuah *Event* yang

dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif yang kegiatannya itu meliputi mulai dari konsep (perencanaan), sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan. Ketika melakukan manajemen *Event* semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan *Event* yang sesuai dengan yang kita harapkan. Sangatlah diperlukan kekompakan pada setiap orang yang terlibat dalam sebuah tim. Maksudnya, dalam sebuah tim itu tidak boleh merasa dirinya paling kuat, hebat dalam menjalankan tugas, tapi semuanya harus saling bergantung satu sama lain. Adapun tim yang dimaksudkan dalam pelaksanaan manajemen even itu adalah EO (*Event Organizer*).

Fenomena yang menarik dalam kehidupan masyarakat dewasa bangkitnya budaya global dan popularitas gaya hidup (*lifestyle*) culture budaya. Salah satu fenomena penting dalam proses globalisasi lahirnya generasi gadget ditandai dengan munculnya generasi milenial. Menurut *yuswohady (2016)* generasi milenial adalah generasi yang lahir pada awal 1980-an hingga 2000-an. Generasi ini sering disebut sebagai gen-y atau milenial karena generasi ini hidup pada pergantian milenium.

Event Organizer atau EO adalah orang yang bertanggung jawab merencanakan dan mengatur setiap aspek dalam sebuah *Event* atau acara. Mulai dari tahap mencari ide tema acara dengan klien, perencanaan *budget*, memesan tempat acara, bekerja sama dengan *supplier* dan *vendor*, mengatur perlengkapan acara, dan ikut serta dalam penyelenggaraan acara. Acara yang diatur juga dapat berupa acara untuk publik seperti peluncuran produk perusahaan dan konser musik serta acara pribadi seperti acara ulang tahun atau pernikahan. Karena tugasnya ini, *Event Organizer* secara umum akan bekerja sangat dekat dengan klien atau orang yang ingin menyelenggarakan acara agar setiap aspek acara dapat berjalan mulus. Seorang *Event Organizer* juga harus bisa berkomunikasi dengan baik pihak klien agar setiap keinginan dan kebutuhan bisa terpenuhi. Tak jarang juga bagi EO untuk bekerja sama dengan bisnis lain yang menyediakan layanan seperti

fotografi, layanan dekorasi, hingga penyediaan makanan dan minuman. *Andriati, C. (2016)*

Pengambilan keputusan menggunakan jasa dari konsumen sangatlah penting dikarenakan hal ini yang akan menentukan pendapatan perusahaan tersebut. Keputusan menggunakan jasa menggaruh pada, apakah konsumen akan menggunakan jasa tersebut atau tidak, selain itu keputusan menggunakan jasa menggaruh pada perasaan senang atau kecewa dari konsumen atau seseorang yang tumbuh setelah membandingkan produk atau jasa dari apa yang dipikirkan dengan apa yang di harapkan. Keputusan menggunakan jasa merupakan salah satu bagian dari konsumen. Jumlah knsumen dalam mengambil keputusan sebagai salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Menurut *Bahri 2018* keputusan mengguakan jasa merupakan suatu perilaku konsumen yang meliputi individu, organisasi memilih, kelompok, menggunakan, membeli, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan mereka. Terkait cara pengambilan keputusan yang terjadi, tentunya konsumen pernah merasakan tahapan dari mulai pengenalan kebutuhan. Konsumen biasanya mencari informasi terlebih dahulu baik dari mediamasa atau internet ataupun bertanya langsung kepada konsumen lainnya. Akan tetapi konsumen lebih percaya terhadap informasi yang di dapat dari konsumen yang lainnya.

Lifestyle merupakan tingkah laku dan pola hidup seseorang yang dilihat dari aktivitas kesehariannya, minat dan opininya yang berubah-ubah dalam mengikuti perkembangan zaman. Menurut *Goldblatt, 2013* gaya hidup merupakan pola hidup seseorang didunia yang terpapar pada aktivitas, minat serta opininya. Gaya hidup memberikan sebuah gambaran dimana gaya hidup yang meyakinkan seseorang ketika memilih apa yang diinginkan, maka fenomena tersebut akan terbentuknya pola pikir seseorang. Menurut *Suharto (2019)* gaya hidup merupakan ciri sesorang yang dapat

dikenal dari gerakan atau bagaimana orang menggunakan uang serta waktunya. Generasi milenial merupakan fenomena dari perubahan gaya hidup yang mengakibatkan memiliki keputusan melakukan terhadap keputusan menggunakan jasa *Event Organizer*.

Budaya milenial merupakan suatu ragam hidup seseorang dalam melangsungkan hal-hal yang mengikuti zaman moderen. Menurut Haroviz (2012) budaya milenial merupakan generasi Y atau bisa disebut sekelompok anak-anak muda yang lahir pada awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an. Generasi ini senantiasa juga nyaman dengan keberanekaragaman, tekonologi serta informasi guna tetap terkoneksi dengan teman-temanya. Dampak pergerakan generasi milenial akan menjadi lebih cepat karena dapat menuntaskan hambatan serta limitasi dari bertransaksi secara fisik menjadi transaksi melalui internet. Budaya milenial berdasarkan penggunaan internet dalam melakukan transaksi bertambah sangat konsumtif. Perihal ini sangat didukung banyak faktor yaitu salah satunya dari suatu komunitas ataupun pertemanannya. Apabila suatu komunitas atau pertemanannya membeli suatu barang seseorang anak milenial akan ikut membeli barang tersebut serta memakai seperti lainnya dikarenakan mengikuti tren.

Event merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendekatkan antara perusahaan dengan masyarakat. Contohnya seperti perusahaan PT Yamaha Indonesia Motor Factory yang sering mengadakan *Event Expo* , Live Musik ataupun Canvassing untuk mendekatkan dengan masyarakat. *Event* yang dilakukan oleh PT Yamaha Indonesia Motor Factory selalu berhasil menarik minat masyarakat untuk menontonnya. Semua keberhasilan itu berasal dari manajemen *Event* yang dilakukan oleh PT Yamaha Indonesia Motor Factory itu sangat bagus sehingga bisa menghasilkan citra positif untuk perusahaan tersebut.

EO (*Event Organizer*) penyelenggara sebuah acara atau kegiatan yang terdiri dari serangkaian mekanisme yang sistematis dan memerlukan ketekunan, kesungguhan serta

kekompakan kerja tim dimana acara tersebut dipadati dengan deadline, targeting, sceduling, pressure dan teamwork solidity. EO mempunyai peran yaitu melaksanakan penyelenggaraan sebuah *Event* berdasarkan pedoman kerja dan konsep *Event* tersebut dan mengelolanya secara profesional Madiun adalah salah satu daerah yang generasi milenialnya mengikuti seluruh pagelaran acara besar . Tren ini membuat para pelaku usaha *Event Organizer* harus meningkatkan kualitas dan fasilitas yg diberikan.

Berdasarkan penjelasan diatas , peneliti menemukan ketertarikan guna melakukan penelitian di Perusahaan Event Organizer Titik Balik Madiun terkait implementasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Sehingga penelitian disusun dengan judul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MENGENAI PEMBELIAN JASA *EVENT ORGANIZER* DI PT.TITIK BALIK MADIUN”**



B. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas adalah :

1. Implementasi Citra Perusahaan *Event Organizer* Pt Titik Balik Madiun dalam penyelenggaraan *Event* di Madiun?
2. Bagaimana Citra sebagai media Promosi *Event Organizer* Pt Titik Balik Madiun dalam penyelenggaraan *Event* di Madiun?
3. Bagaimana Hasil kegiatan *Event Organizer* Pt Titik Balik Madiun dalam penyelenggaraan *Event* di Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan paparan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah diatas adalah :

1. Untuk mengetahui hasil implementasi citra perusahaan *Event Organizer* Pt Titik Balik Madiun dalam penyelenggaraan event di Madiun.
2. Untuk mengetahui Citra sebagai media promosi *Event Organizer* Pt Titik Balik Madiun dalam penyelenggaraan di Madiun
3. Untuk mengetahui Hasil kegiatan *Event Organizer* Pt Titik Balik Madiun dalam penyelenggaraan di Madiun

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dipaparkan diatas diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, bahan rujukan bagi peneliti lain, dan juga dapat dipergunakan dalam pengembangan dan ilmu

komunikasi, khususnya humas dan diharapkan pula menjadi suatu bahan serta motivasi bagi penelitian lebih lanjut serta dapat memberikan pemahaman mengenai pengelolaan sebuah *Event* mulai dari *pleaning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam menyusun atau mengembangkan pengetahuan tentang *Event* dan juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang positif bagi PT Titik Balik Madiun

B. Bagi Universitas

Diharapkan bisa memberikan sumbangan pikiran terhadap Perencanaan, Pelaksanaan dan hasil sebuah pelaksanaan event.

C. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini bisa menjadi refrensi ketahap penelitian selanjutnya pemahaman mengenai pengelolaan sebuah *Event* mulai dari *pleaning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*.

D. Bagi Perusahaan

Menjadikan bahan informasi bagi perusahaan PT Titik Balik dalam membantu pemasaran Jasanya secara efisien sehingga mampu menghasilkan profit yang direncanakan