

Management Event Katarsis Live Event Organizer di Pandemi Covid-19 dalam Event Virtual

Ahmad Muhawwin Daswar*, Satya Indra Karsa

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*ahmadmuhawwin16@gmail.com, satyaindrakarsa@gmail.com

Abstract. Drive in Twilight is an event to watch a cinema from inside the car that is shown through a projector and a large screen that has been set in such a way that it resembles a “tantap screen.” Drive in Senja was first held in August 2020, where the Covid-19 pandemic was also hitting Indonesia. Drive in Senja is only held in a few special cities, such as Jakarta and Bandung. The films shown by Drive in Senja come in various genres, from horror, action, to animation. Researchers have a goal for the form of planning, design, coordination, packaging, implementation and evaluation of the event so that it remains interesting and unique even though it is carried out in a virtual form, besides that the author also wants to know the reasons for making an event with such a concept, who are the targets of the event being held, knowing how to promote the event, how to socialize the event, and the goals the Catharsis Live team wants to achieve through the Drive in Twilight event. Researchers use the Goldbatt Model as a supporter of the results of this study. Researchers used qualitative research methods with a case study approach. Data collection techniques using interviews, observation, documentation, and literature study. The data analysis technique used belongs to Miles and Huberman. The results of the study show that Drive in Senja plans plans A and plan B as well as team coordination, ticket sales, payment methods are all digitally adapted to the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Drive In, Event Organizer, Model Goldbatt.*

Abstrak. Drive in Senja adalah acara menonton bioskop dari dalam mobil yang ditayangkan melalui proyektor dan layar besar yang telah diatur sedemikian rupa sehingga menyerupai “layar tantap”. Drive in Senja pertama kali diadakan pada Agustus 2020, di mana pandemi Covid-19 juga melanda Indonesia. Drive in Senja hanya diadakan di beberapa kota khusus, seperti Jakarta dan Bandung. Film-film yang diputar oleh Drive in Senja hadir dalam berbagai genre, mulai dari horor, aksi, hingga animasi. Peneliti mempunyai tujuan berupa perencanaan, perancangan, koordinasi, pengemasan, pelaksanaan dan evaluasi acara agar tetap menarik dan unik walaupun dilakukan dalam bentuk virtual, selain itu penulis juga ingin mengetahui alasannya untuk membuat acara dengan konsep seperti itu, siapa target acara yang diadakan, mengetahui cara mempromosikan acara, cara mensosialisasikan acara, dan tujuan yang ingin dicapai tim Katarsis Live melalui acara Drive in Senja. Peneliti menggunakan Model Goldbatt sebagai pendukung hasil penelitian ini. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Miles dan Huberman. Hasil kajian menunjukkan jika Drive in Senja mempersiapkan plan A dan plan B serta koordinasi tim, penjualan tiket, metode pembayaran semuanya secara digital disesuaikan dengan kondisi pandemi Covid-19.

Kata Kunci: *Drive In, Event Organizer, Model Goldbatt*

A. Pendahuluan

Drive in Senja merupakan suatu *event* menonton bioskop dari dalam mobil yang ditayangkan melalui proyektor dan layar besar yang telah disetting sedemikian rupa sehingga menyerupai “*layar tancep*” *event* ini terinspirasi dari konsep *drive-in cinema* yang populer di Amerika Serikat. *Event* ini dapat dirasakan oleh pengunjung di Lapangan Parkir Utara, Mall Alam Sutera, Tangerang. Dan yang berdomisili di Bandung dan sekitarnya, bisa datang ke Drive in Senja Kiara Artha Park, Bandung. Drive in Senja pertama kali dilaksanakan pada bulan Agustus tahun 2020, di mana pandemi Covid-19 juga sedang melanda Indonesia. Drive in Senja ini hanya diselenggarakan di beberapa kota khusus saja, seperti Jakarta dan Bandung.

Untuk menikmati *event* ini, pengunjung hanya cukup membawa mobil pribadi yang berisikan 2-4 orang saja, karena kedatangan pengunjung memang terbatas di tiap jadwal penayangan film, hal ini karena panitia *event* Drive in Senja mematuhi peraturan dan protocol kesehatan akibat adanya fenomena Covid-19. Pengunjung hanya perlu memastikan bahwa sudah membeli tiket sebelum datang. Pengunjung dapat membeli tiket melalui aplikasi pembelian tiket *digital* seperti TIX ID, Gotix, dan Loket. Untuk kisaran harganya ada di Rp. 200.000,- sampai Rp. 400.000,- namun harga tiket ini dibagi dua jenis, untuk 1–2 penumpang sampai 3–4 penumpang.

Ide dibalik pembuatan *event virtual* ini adalah hal ini disebabkan oleh adanya fenomena Covid-19 yang hingga saat ini tengah melanda seluruh dunia, yang menyebabkan acara ini harus dilakukan secara *offline* 100% karena adanya larangan mengadakan acara yang berpotensi menciptakan kerumunan agar kasus Covid-19 tidak melonjak. Seperti yang kita ketahui di akhir penghujung 2019 ini sudah mulai muncul mengenai virus baru yang awal mulanya tersebar di kota Wuhan, Cina.



Gambar 1. Info Grafis Jumlah Masyarakat yang Terpapar Covid-19 di Indonesia
Sumber: Website Resmi Peta Sebaran Covid-19

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana management *event* yang dilakukan oleh Katarsis Live di Drive in Senja meskipun prosesnya banyak dilakukan melalui *event virtual* dan banyak dilakukan melalui *online*. Peneliti juga ingin mengetahui bentuk perencanaan, desain, koordinasi, pengemasan, pelaksanaan dan evaluasi acara tersebut agar tetap menarik dan unik meskipun dilaksanakan dalam bentuk *virtual*, selain itu peneliti juga ingin mengetahui alasan pembuatan acara dengan konsep seperti itu, siapa saja target dari acara yang diadakan, mengetahui bagaimana promosi acara yang dilakukan, bagaimana cara yang dilakukan dalam mensosialisasikan acara tersebut, dan tujuan yang ingin dicapai oleh *team* Katarsis Live melalui acara Drive in Senja.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena peneliti ingin mengetahui data atau kajian dari perspektif kejadian para pelaku komunikasi. Hal tersebut dapat disampaikan secara jelas dan komprehensif melalui persepsi dan keyakinan peneliti sendiri kepada orang yang diteliti. Menurut Moleong (1), penelitian kualitatif yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena dari topik penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik serta mengikuti uraian berupa kata-kata dan bahasa, di dalam

konteks tertentu yang alami dan menggunakan metode alami yang berbeda.

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan studi kasus. Menurut Robert K. Yin (2), studi kasus bertujuan untuk melacak peristiwa kontemporer ketika peristiwa tersebut tidak dapat dimanipulasi. Maka dari itu, studi kasus mengandalkan teknik yang sama seperti dalam strategi sejarah, tetapi menambahkan dua sumber bukti yang biasanya dikecualikan oleh sejarawan, yaitu observasi dan penyelidikan sistematis.

Penelitian digali dari pernyataan narasumber, yakni Co-Founder Event Organizer Katarsis Live dan Co-Founder Drive in Senja. Seperti yang dipaparkan Sugiyono (3), peneliti tidak akan dibekali data yang dapat melengkapi standar dari data yang telah ditetapkan ketika tidak mengetahui teknik pengumpulan data. Maka teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain wawancara, observasi, dan studi pustaka. Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman, yang merupakan kegiatan analisis data kualitatif dilakukan dengan cara interaktif dan terus menerus melalui kegiatan reduksi data, menampilkan data, dan verifikasi data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Planning yang dilakukan Katarsis Live Event Organizer dalam Event Drive in Senja melalui Event Virtual

Planning atau perencanaan pada suatu *event* sangat penting untuk diperhatikan, pasalnya apabila perencanaan awal tidak dilakukan dengan matang dan baik ini akan menyebabkan adanya kendala atau hambatan yang bisa saja terjadi diluar dugaan saat *event* berlangsung. Layaknya penyelenggara *event* lain, Drive in Senja juga dibuat dengan perencanaan yang matang. Team Drive in Senja dan Katarsis Live ini mempersiapkan segala kebutuhan yang akan digunakan ketika *event* berlangsung, baik itu secara materi, teknis, maupun tenaga.

Rencana ini ditentukan dari jauh hari dengan tujuan mendapatkan hasil *event* yang sesuai dengan keinginan *team*, meskipun *event* Drive in Senja ini diselenggarakan secara semi-online. Dalam penyelenggaraan *event* Drive in Senja, tentunya seluruh team baik dari pihak Katarsis Live maupun Drive in Senja sendiri, akan membuat rencana sebelum event dilaksanakan, dengan tujuan agar segala sesuatu yang dilakukan sudah sistematis dan tidak berantakan. Seperti pemaparan Any Noor (4), perencanaan suatu acara memiliki banyak keuntungan, antara lain koordinasi yang baik antar anggota tim, fokus pada ide-ide yang disajikan, berfikir ke depan dan menjadi alat kontrol yang efektif untuk kemajuan acara.

Persiapan lain yang turut dilakukan oleh segenap *team* Drive in Senja adalah mencari informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan jaringan dan koneksi internet. Alasannya adalah karena pelaksanaannya yang melalui *event virtual* merupakan kali pertama dilakukan sehingga *team* mengaku belum banyak mengetahui mengenai masalah teknis tersebut. Namun karena pada saat ini akses informasi secara *digital* sudah mudah diakses, maka tidak sulit bagi *team* Drive in Senja untuk mendapatkan informasi tersebut. Setelah perencanaan dirasa matang, maka *team* pun akan mulai *manage* segala sesuatunya sesuai dengan *jobdesk* masing-masing. Karena pada saat penerimaan *volunteer*, di dalamnya akan dibagi menjadi beberapa kelompok atau divisi yang akan bergerak sesuai dengan minat dan kemampuannya. Hal ini dilakukan agar setiap komponen acara dapat teratasi secara merata dan tidak berat di satu komponen saja.

Koordinasi yang dilakukan Katarsis Live Event Organizer dalam Event Drive in Senja melalui Event Virtual

Koordinasi yang baik dan sesuai sangat penting dilakukan, apalagi di dalam suatu team yang memiliki banyak anggota. Maka koordinasi harus dilakukan dengan cara yang memberikan kenyamanan dan hasil yang maksimal bagi team. Seperti yang dikatakan oleh Goldblatt (5), bahwa seorang manajer acara harus dapat berkoordinasi dan berkomunikasi dengan pihak lain untuk bekerja dengan tujuan yang sama pada waktu yang sama. Fase ini berkaitan dengan komunikasi dengan panitia internal, *stakeholders*, vendor dan sponsor. Ini termasuk pertemuan serta koordinasi dan komunikasi di lokasi.

Dalam melakukan koordinasi, *team* Drive in Senja dan Katarsis Live juga menekankan kepada seluruh anggota untuk mampu berkomunikasi dengan baik dengan pihak internal seperti

dengan sesama *volunteer*, atasan, koordinator maupun dengan pihak eksternal seperti *tenant*, *sponsor*, dan pengunjung. Koordinasi yang dipilih oleh Drive in Senja ini terbentuk dalam beberapa jenis koordinasi, seperti melakukan komunikasi dua arah yang memberikan respons dan *feedback*, koordinasi antara bawahan dan atasan maupun sebaliknya, juga melakukan koordinasi sesama anggota. Komunikasi di dalamnya memang dibuat senyaman mungkin, dengan cara berbicara yang kekeluargaan dan tidak terlalu formal agar seluruh pihak mampu memahami dan mencerna pesan yang disampaikan juga tidak sungkan untuk mengutarakan apa yang dirasakan.

Namun memang harus diakui bahwa membentuk koordinasi yang baik dalam suatu *team* tidaklah selalu berjalan mulus, seperti yang dialami oleh *team* Drive in Senja pada saat melaksanakan *event* dalam kondisi dilanda pandemic covid-19. Beberapa kendala seperti *miss communication* pun tidak jarang terjadi dalam koordinasi yang dilakukan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pertemuan tatap muka antar *volunteer* dan *team Event Organizer* atas aturan pemerintah yang melarang mengadakan pertemuan tatap muka dengan jumlah orang yang banyak.

Siasat lain yang dilakukan dalam membentuk koordinasi yang maksimal adalah dengan cara membentuk *group chat* melalui aplikasi *chat online*, di mana koordinator dari setiap divisi akan menyebarkan informasi yang harus dilakukan anggota lebih rinci dan intim. Dalam *group* tersebut, koordinator juga memberikan arahan bagi anggotanya untuk tetap menjaga etika dan memberikan arahan dalam melakukan koordinasi yang baik dengan pihak luar agar Drive in Senja mendapatkan citra baik dari *stakeholders*.

Special event adalah kegiatan yang sangat penting untuk memuaskan banyak orang dan berpartisipasi dalam suatu kesempatan dimana kegiatan tersebut dapat memuaskan dan menyenangkan masyarakat (masyarakat) yang terlibat langsung dalam kegiatan / kegiatan tertentu yang sedang dilaksanakan. Menurut Ruslan (6), *special event* berfungsi untuk menarik perhatian media massa kepada pelanggan, perusahaan atau produk. Acara ini juga dimanfaatkan untuk mengirim pesan khusus perusahaan. Ini seharusnya menjadi acara khusus karena itu spesial, unik, atau sesuatu yang tidak umum. Acara khusus juga bisa berupa peluncuran produk atau promosi produk.

Penyesuaian Katarsis Live Event Organizer dalam Event Drive in Senja melalui Event Virtual

Para *team* Drive in Senja dan Katarsis Live melakukan penyesuaian untuk pertama kalinya mengadakan *event virtual* dan melakukan penyesuaian dalam melaksanakannya yang di mana pelaksanaan memang dilakukan secara, namun dibalik prosesnya banyak melibatkan berbagai aplikasi *online*, *platform* penjualan tiket *online*, sosial media, dan lainnya. Di mana seluruh *team* harus memahami seluk beluknya agar tidak terjadi kesalahan ketika mengoperasikannya. Selain itu jadwal yang dibuat juga harus diatur sedemikian rupa dan sedetail mungkin karena dapat berakibat fatal apabila terjadi kesalahan.

Infinite (7) mencatat bahwa menjadwalkan acara virtual mirip dengan mengatur acara tradisional. Ada banyak detail yang perlu dipertimbangkan, semuanya penting. Saat anda mendekati perencanaan acara, yang terbaik adalah memecah proses menjadi komponen yang lebih kecil dan lebih mudah dikelola. Dikarenakan adanya pandemi, hal ini cukup menyulitkan bagi pembisnis *event organizer* dan salah satunya Drive in Senja sehingga pihak penyelenggara pun harus memikirkan *plan* pahitnya dan melakukan hal baru yaitu dilaksanakan secara *online*, walaupun belum ada pengalaman tetapi hal ini membuat *event* Drive in Senja lebih berinovasi.

Drive in Senja tetap mengupayakan untuk memunculkan karakteristik *event* yang tengah dilaksanakannya, meskipun terbatas berbagai kendala. Meskipun menghadapi berbagai penyesuaian, Drive in Senja tetap menonjolkan dirinya lewat keunikan konsep *event* yang sebelumnya pernah dilaksanakan di Indonesia, Drive in Senja juga belum memiliki pesaing dengan *event* yang serupa, dengan keunikan yang ditawarkan tentunya akan memberikan pengalaman baru bagi pengunjung dan memberikan kesan yang menyenangkan.

Alasan Katarsis Live Event Organizer Memilih Menggunakan Event Virtual sebagai Media Pelaksanaan Event Drive in Senja

Di tengah perkembangan industri kreatif ini, di awal tahun 2020 dunia dikejutkan

dengan mewabahnya covid 19 di seluruh dunia dan mulai memasuki Indonesia di awal Maret. Salah satu industri yang mengalami kelumpuhan adalah sektor industri kreatif yaitu *event organizer*. Demi keberlangsungan hidup para karyawan, pada akhirnya pihak *event organizer* dan salah satunya Drive in Senja berinisiatif mengadakan *event virtual*.

Drive in Senja pertamakali diselenggarakan pada tahun 2020. Masyarakat Indonesia pun berantusias dengan *event Drive in Senja* ini. Pasalnya, *event* yang terinspirasi dari *drive in cinema* di Amerika Serikat ini baru pertamakali diadakan di Indonesia. Sehingga antusias pengunjung juga sangat tinggi untuk datang dan menikmati *event Drive in Senja*.

Dengan adanya pemanfaatan aplikasi *online* dan media sosial tentunya mengurangi penggunaan kertas dan plastik dalam penjualan tiket *online*. Dalam proses pemesanan tiket, pengunjung tidak perlu repot datang ke lokasi terlebih dahulu, pengunjung bisa dengan mudah mengakses aplikasi penjualan tiket *online* dan memesan tiket nonton dengan waktu yang fleksibel. Pengunjung juga dapat memilih waktu nonton yang tertera sesuai dengan keinginannya, memesan makanan dan minuman secara *online*, dan tidak melakukan *contact* langsung dengan banyak orang

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang *Event Management Drive in Senja* dalam *Event Virtual* peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Planning* dari Drive in Senja dalam *Event Virtual* ini berawal dari adanya perencanaan antara *team Drive in Senja* yang mempercayakan *Event Organizer* Katarsis Live untuk membantu menjalankan acara, keduanya membuat rencana bersama dalam melaksanakan *event Drive in Senja*, mulai dari konsep, penentuan tempat, penerimaan *volunteer*, *tenant*, dan plan B apabila rencana awal yang dilakukan tidak berjalan dengan baik.
2. Koordinasi yang Dilakukan Drive in Senja dalam *Event Virtual* tetap dilakukan dengan baik, meskipun terhambat oleh *pandemic*, namun tim tetap melakukan pertemuan untuk melakukan koordinasi dengan jumlah masa yang sedikit dan tetap memperhatikan protocol kesehatan. Koordinasi lainnya banyak dilakukan melalui digital seperti *group chat Whatsapp* atau pun pertemuan *via Zoom Meeting*. Drive in Senja dan Katarsis Live juga membentuk berbagai divisi yang di dalamnya terdapat kepala koordinator untuk mempermudah penyebaran informasi ke tiap anggota yang ada sesuai dengan *jobdesk* nya masing-masing.
3. Penyesuaian Drive in Senja dalam *Event Virtual* ini lebih cenderung ke pemahaman seluruh anggota mengenai *event* yang akan dilakukan secara virtual. Memahami berbagai jenis aplikasi *online* yang digunakan seperti aplikasi penjualan tiket online dan aplikasi pembayara *cashless*. Dalam hal ini, *team* juga harus memahami tentang koneksi dan jaringan yang menjadi fasilitas utama dalam mendukung berjalannya acara.
4. Alasan Drive in Senja menggunakan metode acara tersebut adalah karena adanya fenomena covid-19, selain itu memang acara *drive in cinema* memiliki konsep seperti apa yang sedang dijalankan selama ini. Selain itu, dengan menggunakan *event virtual* banyak keuntungan yang di dapatkan oleh Drive in Senja, semuanya dilakukan lebih efektif dan fleksibel, selain itu juga acara tetap dapat berlangsung dan tetap meminimalisir penularan virus selama *pandemic*.

Daftar Pustaka

- [1] Azmi, Ryan Hafiyana, Karsa, Satya Indra Karsa. (2022). Hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian Konsumen saat Pandemi Covid-19
- [2] Moleong L.J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Bandung: PT Remaja Rosdakarya; 2013.
- [3] Yin PDRK. Studi Kasus Desain & Metode. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2015.
- [4] Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Bandung: CV Alfabeta; 2017.
- [5] Noor A. Manajemen Event. Bandung: Alfabeta; 2013.

- [6] Goldbatt J. *Special Event Third Edition*. New York: John Wiley and Sons; 2002.
- [7] Ruslan R. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2005.
- [8] Conferencing I. *Virtual Event Planning: Guide to Best Practices*. Strategy. 2004;1–4.