

Event Management Bandung Sneaker Season

Dadan Ramadhan*, Wiki Angga Wiksana

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

* dadanramadhann@gmail.com, wikiangga@unisba.ac.id

Abstract. Bandung Sneaker Season is the first sneakers and streetwear event to be held in Bandung, an annual event that was first created in 2018 by Maks.co Event Organizer. At the event, there were a number of interesting activities such as Raffles (shoe auctions at low prices), shoe Auctions and Giveaways, Talkshows, and there were dozens of tenants selling various collections of rare sneakers, which are currently hype. Usually this event is held and attended by visitors directly. However, the Covid-19 phenomenon requires the event to be held through a Virtual Event or online. This research is entitled Event Management Bandung Sneaker Season and the purpose of this research is to find out how event management carried out by Bandung Sneaker Season in forming an event through Virtual Events during the Covid-19 Pandemic, because Bandung Sneaker Season is the first time to carry out online events such as this and provide interest for visitors. The method used in this research is a qualitative method with a case study approach which aims to determine the Event Management strategy carried out by the Bandung Sneaker Season committee, especially in the event division. The supporting data for this research was obtained from interviews with the main informant of the Event Director Bandung Sneaker Season and the key informant of the research, namely the CEO of the Event Organizer Mask.co, then conducted direct observations by researchers, documentation and literature studies. The results of this study show that the Bandung Sneaker Season team carried out careful planning to prepare virtual events from the Bandung Sneaker Season, carried out more effective coordination through online coordination both with internal and external parties, adjusted as much as possible with changes in the implementation of events from offline. going online, also considering the advantages of virtual events as the main reason for carrying out events so that event management is carried out optimally and in accordance with the objectives.

Keywords: *Event Management, Virtual Event, Bandung Sneaker Season.*

Abstrak. Bandung Sneaker Season merupakan event sneakers dan streetwear pertama yang diselenggarakan di Kota Bandung, event tahunan yang pertama kali diciptakan pada tahun 2018 oleh Maks.co Event Organizer. Pada event tersebut terdapat beberapa rangkaian kegiatan yang menarik seperti Raffles (lelang sepatu dengan harga murah), Auction dan Giveaway sepatu, Talkshow, dan terdapat puluhan tenant yang menjual berbagai koleksi sneakers langka juga yang tengah hype pada masa kini. Biasanya event ini dilaksanakan dan dihadiri oleh pengunjung secara langsung. Namun dengan adanya fenomena Covid-19 mengharuskan acara diselenggarakan melalui Event Virtual atau secara online. Penelitian ini berjudul Event Management Bandung Sneaker Season dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana event management yang dilakukan oleh Bandung Sneaker Season dalam membentuk suatu acara melalui Event Virtual di masa Pandemic Covid-19, karena Bandung Sneaker Season baru pertama kali melaksanakan event secara online seperti ini dan memberikan ketertarikan bagi pengunjungnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui strategi Management Event yang dilakukan oleh panitia Bandung Sneaker Season khususnya pada divisi acara. Data penunjang penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan informan utama Event Director Bandung Sneaker Season dan key informan penelitian yaitu CEO Event Organizer Mask.co, lalu melakukan observasi langsung oleh peneliti, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa team Bandung Sneaker Season melakukan perencanaan yang matang untuk mempersiapkan event virtual dari Bandung Sneaker Season, melakukan koordinasi yang lebih efektif melalui koordinasi online baik itu dengan pihak internal maupun eksternal, menyesuaikan diri semaksimal mungkin dengan adanya perubahan pelaksanaan event dari offline ke online, juga mempertimbangkan kelebihan event virtual sebagai alasan utama pelaksanaan event sehingga management event yang dilakukan tetap maksimal dan sesuai dengan tujuan.

Kata Kunci: *Management Event, Event Virtual, Bandung Sneaker Season*

A. Pendahuluan

Bandung Sneaker Season merupakan *event sneakers* dan *streetwear* pertama yang diselenggarakan di Kota Bandung, event tahunan yang pertama kali diciptakan pada tahun 2018 oleh Maks.co *Event Organizer* yang bekerjasama dengan beberapa komunitas penjual sepatu. *Event* ini biasanya diselenggarakan secara langsung di mana pengunjung dapat menghadiri dan melihatnya secara *offline*. Namun atas adanya fenomena pandemic Covid-19 yang melanda Indonesia, Bandung Sneaker Season melaksanakan *event* nya dengan cara *Event Virtual* atau dilaksanakan secara *online* melalui situs website dan sosial media.

Atas keadaan tersebut sangat menarik untuk mengetahui bagaimana *Management Event* yang dilakukan oleh Bandung Sneaker Season dalam menyelenggarakan eventnya secara *Event Virtual* dan harus tetap maksimal seperti biasanya. *Management Event* yang dilakukan oleh Bandung Sneaker Season ini diantaranya melakukan perencanaan dalam membentuk acara, menyusun koordinasi yang efektif dan aman, mempersiapkan diri dalam penyesuaian pelaksanaan *event* yang berbeda, dan juga menimbang kelebihan juga kekurangan *Event Virtual* sebagai alasan Bandung Sneaker Season tetap dilakukan meskipun secara *online*.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan tersebut, maka penulis mencoba untuk menguraikan “**Bagaimana Event Management di Event Bandung Sneakers Season 2020**”. Yang penulis uraikan dalam pokok-pokok bahasan sebagai berikut:

1. *Planning* dari *Event* Bandung Sneaker Season dalam *Event Virtual*.
2. Koordinasi yang dilakukan *Team Event* Bandung Sneaker Season dalam *Event Virtual*.
3. Cara Penyesuaian *Event* Bandung Sneaker Season dalam *Event Virtual*.
4. Alasan Bandung Sneaker Season Memilih Menggunakan *Event Virtual* sebagai Media Pelaksanaan Acara.

B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui strategi *Management Event* yang dilakukan oleh panitia Bandung Sneaker Season khususnya pada divisi acara. Data penunjang penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan informan utama *Event Director* Bandung Sneaker Season dan *key informan* penelitian yaitu *CEO Event Organizer* Mask.co, lalu melakukan observasi langsung oleh peneliti, dokumentasi dan studi pustaka..

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Planning dari *Event* Bandung Sneaker Season dalam *Event Virtual*.

Seperti penjelasan dari Menurut Any Noor (2009:104), “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. Namun, perencanaan sangat memakan waktu dan membutuhkan banyak usaha. Semuanya bisa berjalan dengan baik, seperti yang diharapkan.”

Sama halnya dengan *team* Bandung Sneaker Season yang membutuhkan waktu dalam perencanaan *event* nya. Waktu yang tepat dan matang tentunya mempengaruhi acara apakah dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan atau tidak. *Team* Bandung Sneaker Season juga mempersiapkan hal-hal yang mendukung keberlangsungan acara, seperti membentuk *volunteer*, menentukan pengisi acara, sponsor, dan konsep acara. Selaras dengan gambaran situasi yang akan terjadi pada kegiatan “*planning*” menurut Goldblatt (2002:05):

“Perencanaan terjadi setelah menganalisis situasi dan pada saat yang sama dengan tahap desain. Pada titik ini, penyelenggara acara mulai melakukan berbagai hal termasuk mengalokasikan waktu yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan, memilih lokasi, menunjuk tim kerja, menunjuk para pengisi acara, menyiapkan layanan pendukung, membuat produk, mencari sponsor, dll.”

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.

Koordinasi yang dilakukan *Team Event Bandung Sneaker Season* dalam *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 Golblatt (2002:05):

“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 Bandung Sneaker Season* 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 Bandung Sneaker Season 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 panitia global. 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.

Dengan melakukan pertemuan *via online* dirasa kurang memuaskan bagi seluruh anggota untuk mendapatkan informasi dan melakukan koordinasi dengan beberapa pihak, maka dari itu terkadang team Bandung Sneaker Season melakukan pertemuan secara langsung namun tetap mematuhi protokol kesehatan, menjaga jarak dan hanya dihadiri oleh beberapa perwakilan agar tidak berkerumun.

Cara Penyesuaian *Event Bandung Sneaker Season* dalam *Event Virtual*

Dikarenakan adanya pandemi, hal ini cukup menyulitkan bagi pembisnis *event organizer* dan salah satunya Bandung Sneaker Season 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 BSS berinovasi.

Ada *beberapa* tahap dalam melakukan penyesuaian dalam menjalankan virtual *event*: “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” (Infinite, 2020:3)

Dikarenakan adanya pandemi, hal ini cukup menyulitkan bagi pembisnis *event organizer* dan salah satunya Bandung Sneaker Season 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* BSS berinovasi. Ada beberapa tahap dalam melakukan penyesuaian dalam menjalankan *virtual event*:

Seperti yang dikatakan Infinite (2020:3), strategi awal BSS pada saat *offline* diterapkan pada strategi pelaksanaan virtual event. Dari mulai penetapan audiens, registrasi tiket, persiapan *platform*, kecepatan server, persiapan bintang tamu, dan penggunaan teknologi agar tidak adanya missed saat berlangsungnya live streaming di media sosial.

Ada beberapa tahap yang dilakukan BSS pada saat melakukan strategi pemasaran *event* ini yaitu, *Pre-Event*, *Launching*, *Day to Day*, *Last Call*, dan pelaksanaan di hari H.

Alasan Bandung Sneaker Season Memilih Menggunakan *Event Virtual* sebagai Media Pelaksanaan Acara

BSS berinisiatif mengadakan *event virtual* karena informasi mengenai akan diadakannya event BSS sebelum terjadinya covid 19, maka pihak BSS harus mengambil *plan* lain agar acaranya tetap berjalan. Hal ini seperti yang dijelaskan Goldblatt (2013:32):

“Manajemen acara adalah kegiatan *professional* di mana sekelompok orang dikumpulkan dan disatukan untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni. Bertanggung jawab untuk melakukan penelitian, merancang kegiatan, perencanaan dan pelaksanaan koordinasi dan pemantauan untuk mewujudkan keberadaan suatu kegiatan.”

BSS telah memulai Bandung Sneaker Season ini pada tahun 2018 dan acara yang memiliki konsep dalam penjualan sepatu, fashion streetwear ini direspon baik oleh masyarakat kota Bandung sehingga meskipun BSS mengadakan virtual *event* pun pengunjung akan membeli tiket BSS karena pada saat *event* ini produk-produk sepatu mengadakan diskon besar-besaran sehingga pengunjung sangat menunggu acara ini walaupun diadakannya *online*.

Ada beberapa hal dalam keuntungan menggunakan *virtual event* seperti:

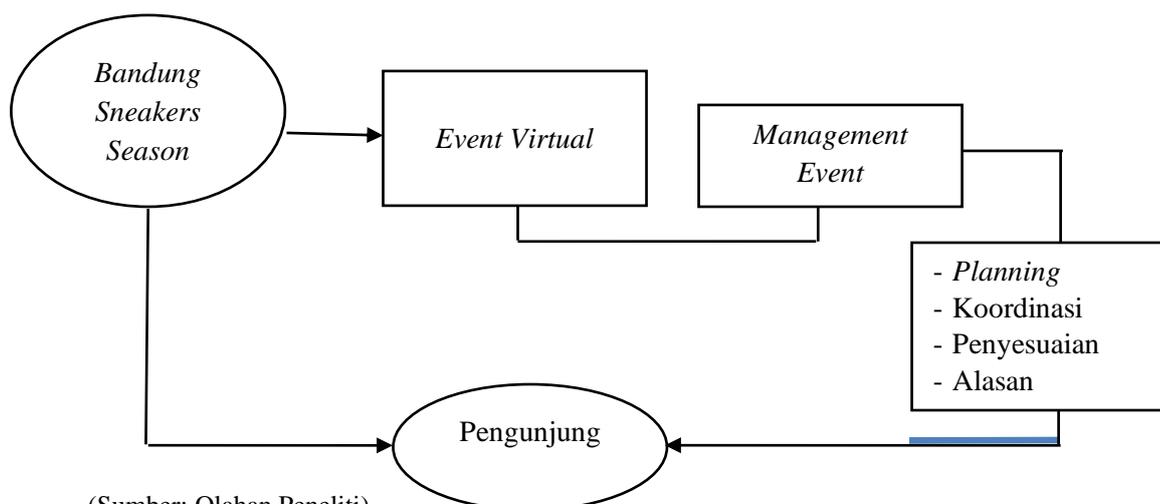
“Umumnya, mengadakan suatu *event* perlu biaya yang cukup besar untuk menyewa ruangan, konsumsi, *transport*, dekorasi dan segala persiapan yang berkaitan dengan teknis acara. Dengan adanya *event virtual*, semua biaya itu bisa dipangkas, bahkan tidak perlu lagi menyiapkan semua keperluan itu. Justru yang diharapkan adalah anda bisa lebih memaksimalkan kualitas acara, seperti penyuguhan materi yang berkualitas, pelayanan yang baik, dan koneksi internet yang stabil, sehingga memberikan pengalaman dan kesan yang baik bagi para audiens yang mengikutinya (Hanindo *Communication*, 2020)”.

Pada *virtual event* tentu biaya menjadi berkurang karena tidak perlu menyewa *venue*, dan dapat meminimalisir pada biaya konsumsi, biaya transportasi, serta dekorasi. Karena pada *virtual event* ini hanya memerlukan *designer 2D*, *designer 3D*, animator, *mini broadcasting equipment*, *setting green screen studio*, *social media operator*, *mini show event* manajemen, *keynote speaker* hal ini dikelola oleh pihak BSS yang paham dalam pengelolaan tersebut untuk mengatur *step by step* tampilan layar virtual yang akan dipresentasikan kepada *audience*.

Tiap kelebihan pasti ada kekurangannya. Berikut ini adalah kekurangan dari *event virtual*, agar anda dapat mempersiapkan acara lebih matang dan mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi:

“Dikarenakan bersifat *online* dan tanpa adanya tatap muka sedikitpun, maka terkadang *event virtual* lebih sedikit mendapatkan perhatian para audiens ketika tahap promosi. Oleh karena itu, diperlukan promosi *event* yang menarik sebelumnya, guna mendapatkan perhatian banyak orang untuk mengikuti *event* yang akan diadakan.” (Hanindo *Communication*, 2020)¹

Biasanya, jika kita bertatap muka secara “maya” pada saat acara dimulai pengunjung kurang perhatian terhadap acara, misalkan pada saat iklan, pada saat mempromosikan sponsor jadi pengunjung pun akan jenuh dan tidak memperhatikan, jadi biasanya pengunjung tertarik pada saat penjualan produk sepatu-nya saja, dan menikmati acara misal pada saat ada penampilan dari bintang tamu. Sehingga, dikarenakan kurangnya perhatian dari pengunjung ada kemungkinan *feedback* pada sponsor akan berkurang karena pengunjung tidak memperhatikan bahkan tidak tahu apa saja yang men-sponsori acara Bandung Sneaker Season. Maka didapatkan bagan kesimpulan hasil pembahasan sebagai berikut:



(Sumber: Olahan Peneliti)

D. Kesimpulan

Planning dari Event Bandung Sneaker Season dalam Event Virtual ini berawal dari adanya perencanaan antara team inti yang pertama kali melaksanakan Bandung Sneakers Season sebelumnya, lalu membuat recruitment volunteer, seluruh anggota melakukan perencanaan bagaimana acara akan berlangsung, di mana, dan apa saja yang akan disajikan di dalamnya. Sehingga pada akhirnya memutuskan untuk membuat event virtual.

Koordinasi yang Dilakukan Team Event Bandung Sneaker Season dalam Event Virtual tetap dilakukan dengan baik, meskipun terhambat oleh pandemic, namun team tetap melakukan pertemuan untuk melakukan koordinasi dengan jumlah masa yang sedikit dan tetap memperhatikan protocol kesehatan. Koordinasi lainnya banyak dilakukan melalui digital dan online. Bandung Sneakers Season 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.

Penyesuaian Event Bandung Sneaker Season dalam Event Virtual ini lebih cenderung ke pemahaman seluruh anggota mengenai event yang akan dilakukan secara virtual. Sedangkan untuk susunan acara yang ada tidak jauh dari susunan acara di event tahun sebelumnya, BSS tetap melakukan kegiatan acara pre-event, launching acara, day to day marketing, dan last call, BSS juga tetap melakukan penjualan tiket secara online.

Alasan Bandung Sneaker Season Memilih Menggunakan Event Virtual sebagai Media Pelaksanaan Acara adalah karena adanya fenomena covid-19 yang melanda dunia, sehingga kegiatan apapun tidak di izinkan beroperasi karena dapat memicu penyebaran virus covid-19. Selain itu terdapat berbagai keuntungan yang didapatkan oleh BSS dalam pelaksanaan event virtual ini, salah satunya adalah dana yang dikeluarkan lebih terjangkau

Daftar Pustaka

- [1] Goldbatt Joe. 2002. *Special Event - Third Edition*. New York: John Wiley and Sons
- [2] Goldblatt, J. 2013. *Special Events*. New York: John Wiley and Sons
- [3] Infinite. 2020. *Virtual Event Planning*. By A white paper (Jurnal Luar Negeri)
- [4] Megananda, Yudhi, Wijaya, Johannes Arifin. 2009. *Langkah Jitu Membangun Bisnis Event-Organizer*. Jakarta: BIP
- [5] Noor, Any. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta
- [6] Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta
- [7] Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja
- [8] Bandung Sneakers Season 2020 - <https://www.lazone.id/sneakerland/alasan-lo-harus-ikut-bandung-sneaker-season-2020-8IW0n>
- [9] Kelebihan dan Kekurangan Event Virtual - <https://www.hanindo.co.id/portfolio/virtual-event-kelebihan-dan-kekurangan-yang-harus-anda-perhatikan>
- [10] Anshori, Moch Faishal. Yulianti. (2021). *Komunikasi Antarpribadi Antara Orang Tua dan Anak yang Mengalami Kehamilan Tidak di Inginkan*. Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung. 1 (2). 107-111