

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada Tahun 2019, berita pada Kompas memberitakan bahwa Indonesia berada di peringkat ke 40 dunia dari 140 negara dalam daya saing pariwisata. Pariwisata merupakan sektor penting dalam pemasukan devisa negara Indonesia dengan banyaknya keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang ada. Hal tersebut membuat Indonesia ingin untuk meningkatkan sektor pariwisata karena dianggap sangat berpotensi untuk sebagai salah satu aset yang berharga.

Pariwisata dilakukan secara kelompok atau individu yang merupakan perjalanan yang terencana dengan memiliki tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan yang mana perjalanan dilakukan suatu tempat ke tempat yang lain (Sinaga, 2010). Bahkan banyak Negara yang mengandalkan pariwisata sebagai lokomotif pembangunan, banyak dampak dari pariwisata itu tersendiri mulai dari ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang sangat luas. Dengan ini mengartikan bahwa pariwisata menghasilkan sebuah pelayanan, mata uang asing, lahan pekerjaan, sebuah produk, dan investasi.

Untuk Indonesia, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi yang sangat berarti secara ekonomis. Tercatat pada tahun 2014, Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional dicapai dengan angka 9% yaitu Rp 946,09 Triliun serta membuka lapangan pekerjaan sebesar 11 juta orang dan meningkatkan devisa sebesar Rp 120 Triliun (Buku Saku Kementerian Pariwisata, 2016).

Mengutip dari Kompas, bahwa menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pariwisata di dalam negeri maupun ke luar negeri meningkat setiap tahunnya. Seperti angka pariwisata domestik Indonesia pada tahun 2018 meningkat sebesar 12,37% dibandingkan tahun 2017. Selain pariwisata dalam negeri yang meningkat, ada juga tren-tren untuk berwisata ke luar negeri juga yang mengalami peningkatan 10% pada tahun 2019 dibandingkan dengan tahun 2018.

Perhotelan adalah industri yang menjual sebuah kamar penginapan dan pelayanan. Tidak hanya itu saja, tetapi Industri Hotel juga menyediakan *Food & Beverage* yang siap dijual di hotelnya. Hotel yang sangat sukses biasanya memiliki beberapa *Outlet* seperti *Restaurant, Pool Bar, Coffee shop, Room Service, Etc.* yang bertujuan untuk memudahkan tamu dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum. Hotel besar juga biasanya menyediakan sebuah *Ballroom* untuk *Wedding Event* dan *Event* lainnya. *Ballroom* juga bisa dijadikan *meeting room* untuk sebuah *Conference meeting*.

*MICE* merupakan singkatan dari *Meeting, Incentive, Conference,* dan *Exhibition*. *MICE* masuk kedalam salah satu bagian sektor pariwisata yang sedang berkembang sangat pesat saat ini dan juga telah menjadi salah satu industri besar di dunia. Pada tahun 2018, Indonesia tepatnya di Bali, berhasil menjadi tuan rumah untuk *Event MICE* yang sangat besar yaitu IMF-WBG (*International Monetary Fund – World Bank Group*). Dikutip dari liputan6 bahwa Indonesia berada di peringkat ke-17 dalam industri *MICE*. (Liputan 6, 2019)

Event merupakan kegiatan yang direncanakan yang bertujuan untuk memberikan pengalaman untuk penonton yang hadir. Pengalaman yang diberikan harus berkesan dan mampu untuk disimpan di memori para pengunjung dalam jangka waktu lama. Event juga harus memiliki kekhasan, menarik, bermanfaat, dan memiliki tingkat relevansi dengan penonton itu sendiri. Penyelenggara Event lebih banyak menghabiskan waktu untuk masa pra-event (tahap perencanaan). Fase itu merupakan fase dimana banyaknya gagasan dari masing-masing divisi bermunculan dan dikualifikasi sehingga terbentuknya materi-materi yang akan diberikan.

Pelaksana atau Promotor event lebih kita kenal dengan sebutan EO atau dengan kepanjangannya *Event organizer* adalah sebuah kelompok yang dituntut untuk menciptakan konsep-konsep yang mampu untuk menjadi pusat menarik perhatian untuk para pemilik modal, sponsor, atau klien. Biasanya pemilik modal atau klien akan membeli jasa membuat konsep, pelaksanaan event, hingga penutupan event. Event Organizer memiliki beberapa jenis untuk dijadikan ciri khas atau penekanan untuk satu jenis event saja seperti *Wedding Organizer, Sweet*

17 *Organizer*, dan masih banyak lagi. Event Organizer merupakan bagian dari bisnis MICE yang merupakan kepanjangan dari Meeting Travel, Incentive Travel, Conference Travel, Exhibitoion Travel.

Event Pesona Minuman Fermentasi Nusantara memiliki berkaitan dengan Exhibition Travel karena Menurut Figueroa (2019) menyatakan Exhibition Travel merupakan sebuah event yang menjual produk ataupun jasa sehingga berkaitan dengan Event pesona minuman fermentasi nusantara. Event pesona merupakan event tahunan yang diadakan oleh podomoro university dengan perbedaan format setiap tahunnya. Pada tahun 2019 diangkatnya format karena berkolaborasi dengan PT. Multi Bintang sehingga terciptanya Event Pesona Minuman Fermentasi Nusantara. Event pesona minuman fermentasi nusantara merupakan event yang diselenggarakan oleh Podomoro University yang dibantu oleh PT. Multi Bintang. Event tersebut diselenggarakan dengan tujuan mengangkat minuman fermentasi khas nusantara seperti cap tikus, moke, arak bali, dan wine karamunting untuk bisa menjadi sebuah brand yang naik kelas dan bersaing dengan brand luar negeri.

Sebagai diketahui, komunikasi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam sebuah organisasi, apalagi menyangkut keberadaan sebuah event. Komunikasi dalam sebuah *Event Organizer* sangatlah penting dari yang terkecil dalam internal per divisi hingga internal ketua divisi harus selalu memiliki komunikasi yang sangat baik agar *Event* yang ingin dijalankan dapat berjalan tanpa adanya *Miscommunication*. Zelko dan Dance (Muhammad, 2014:66) mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan sistem yang saling bergantung antara komunikasi eksternal dan juga komunikasi internal. Tidak hanya komunikasi internal antar kelompok, melainkan kita juga harus memiliki komunikasi yang sangat baik dengan klien atau pemilik modal juga harus berjalan dengan sangat baik agar *Event Organizer* dapat mengerti apa yang diharapkan oleh pemilik modal atau klien agar berjalan semuanya dengan lancar dan tidak kekurangan sesuatu apapun.

Penulis sangat tertarik untuk memilih judul ini (Pengaruh Komunikasi Internal pada *Event Organizer* terhadap penyelenggaraan *Event* Pesona Minuman

Fermentasi Nusantara) dikarenakan banyaknya masalah yang sering terjadi karena kurangnya komunikasi yang jelas sehingga mengakibatkan permasalahan saat *Event* berlangsung.

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

Penulis menemukan beberapa masalah seperti :

1. Masih banyak ditemuinya permasalahan terkait komunikasi internal dalam proses penyelenggaraan *Event* dalam *Event Organizer*
2. Belum maksimal komunikasi antar divisi/bagian dalam proses penyelenggaraan event.

## **1.3. Perumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan poin 1.2 Identifikasi Masalah yang sudah dipaparkan, berikut adalah perumusan masalah yang akan diteliti.

1. Bagaimana komunikasi internal pada penyelenggaraan event Pesona Minuman Fermentasi Nusantara?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan, berikut adalah tujuan dari penelitian ini.

1. Untuk mengetahui Komunikasi Internal Event Pesona Minuman Fermentasi Nusantara dengan analisis SWOT

## **1.5. Manfaat penelitian**

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

1. Penulis berharap dengan menulis penelitian ini, dapat memberikan wawasan kepada penulis sendiri bagaimana sebuah komunikasi dijalankan dengan efektif dari segi teori
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kelengkapan kepustakaan di Universitas Agung Podomoro, sehingga akademisi ataupun mahasiswa/i yang memiliki kepentingan dengan hasil penelitian tersebut mendapatkan informasi serta wawasan secara teori
3. Penulis mengharapkan dengan hasil penelitian ini dapat mengembangkan wawasan setiap industri terutama industri *event organizer* mengenai komunikasi secara teori.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Penulis berharap menulis penelitian ini dapat mendapatkan ilmu mengenai komunikasi yang efektif secara praktek, sehingga saat penulis masuk di dunia kerja dapat melaksanakan wawasan yang didapatkan oleh penulis.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kelengkapan kepustakaan di Universitas Agung Podomoro, sehingga akademisi ataupun mahasiswa/i yang memiliki kepentingan dengan hasil penelitian tersebut mendapatkan informasi serta wawasan secara praktek.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kelengkapan kepustakaan di Universitas Agung Podomoro, sehingga akademisi ataupun mahasiswa/i yang memiliki kepentingan dengan hasil penelitian tersebut mendapatkan informasi serta wawasan secara praktek.