

ANALISIS MANAJEMEN EVENT TELKOM UNIVERSITY VIRTUAL RUN 2020

Hafifah Irliani¹, Anisa Diniati²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

hafifahirliani@student.telkomuniversity.ac.id¹, anisadnt@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana manajemen *event* dalam mengelola *event* Telkom University Virtual Run 2020. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara detail dan mendalam bagaimana Analisis Manajemen *Event* Telkom University Virtual Run 2020. Penelitian ini memanfaatkan konsep lima tahapan manajemen *event* Joe Goldblatt (2013) sebagai landasan konsep utama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi pada *event* Telkom University Virtual Run 2020. Penelitian ini menggunakan konsep lima tahap manajemen *event* Joe Goldblatt (2013), yaitu 1) *Research*, dimana panitia TUVR 2020 melakukan observasi atau terjun langsung mengikuti *event* serupa; 2) *Design*, menentukan konsep dan tema agar *event* ini semakin menarik dimana konsep *event* ini yaitu sekaligus untuk merayakan HUT Telkom University dengan tema kebudayaan Jawa Barat; 3) *Planning*, merencanakan strategi untuk menggaet minat peserta dimana salah satunya adalah dengan melakukan live instagram; 4) *Coordinating*, dimana para panitia sudah melakukan koordinasi dengan pihak yang bekerjasama seperti sponsor, media partner, dan vendor melalui chat; 4) *Evaluation*, melakukan evaluasi melalui zoom meeting setelah closing acara agar dapat diketahui apa saja kekurangan dan kelebihan *event* ini untuk menjadi catatan bagi *event* selanjutnya.

Kata Kunci: Manajemen *Event*, Telkom University Run, Virtual Run.

EVENT MANAGEMENT ANALYSIS TELKOM UNIVERSITY VIRTUAL RUN 2020

ABSTRACT

This study discusses how event management manages the Telkom University Virtual Run 2020 event. This research was conducted with the aim of knowing in detail and in depth how the Telkom University Virtual Run 2020 Event Management Analysis. This study utilizes the concept of five stages of event management Joe Goldblatt (2013) as the basic concept. This study uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Data collection was carried out by means of interviews, observations, and documentation at the Telkom University Virtual Run 2020 event. This study uses the concept of five stages of Joe Goldblatt event management (2013), namely 1) Research, where the TUVR 2020 committee observes or participates directly in similar events. ; 2) Design, determine the concept and theme so that this event is more interesting where the concept of this event is at the same time to celebrate the anniversary of Telkom University with the theme of West Java culture; 3) Planning, planning a strategy to attract the interest of participants, one of which is to do a live Instagram; 4) Coordinating, where the committees have coordinated with collaborating parties such as sponsors, media partners, and vendors via chat; 4) Evaluation, conduct an evaluation through a zoom meeting after the closing of the event so that it can be seen what are the shortcomings and advantages of this event to be a record for the next event.

Keywords: Event Management, Telkom University Run, Virtual Run.

LATAR BELAKANG

Dewasa ini olahraga lari sebagai olahraga yang semakin digemari masyarakat. Selain karena menyehatkan, olahraga lari adalah olahraga yang mudah, sederhana & dapat dilakukan bersama-sama lantaran menyenangkan. Tidak sedikit para penggemar olahraga lari senang mengikuti berbagai *event* lari. Namun pada situasi pandemi Covid-19, banyak perubahan yang perlu terjadi. Salah satunya adalah dibatalkannya *event* olahraga lari. Namun pada situasi seperti ini tidak membuat para penggemar *event* olahraga lari kehilangan kesempatan untuk mengikuti *event* lari pada tahun ini, adanya solusi bagi para penggemar *event* olahraga lari yaitu dengan dilakukannya sebuah *event* lari virtual yang dikenal dengan *Virtual Run Event*.

Virtual Run Event adalah *event* lari yang bisa dilakukan dimana saja & kapan saja sehingga para peserta tidak perlu mendatangi lokasi *event*. Pada *virtual run event* para peserta hanya perlu mendaftarkan diri secara *online*, kemudian para peserta diminta mengunduh aplikasi untuk mencatat jarak berlari mereka, lalu peserta bisa berlari dimana saja. Setelah itu, peserta meng-*upload* output larinya pada website

yang sudah disediakan. Apabila para peserta sudah mencapai target yang ditentukan oleh pihak penyelenggara, peserta akan mendapatkan *race pack* dan medali yang akan dikirim ke tempat tinggal masing-masing peserta.

ORUGA (Forum Olahraga Telkom University) rutin mengadakan *event* lari setiap tahunnya, tetapi karena saat ini sedang dalam kondisi pandemi Covid-19 ini, maka tahun 2020 ORUGA menghadirkan kegiatan serupa yang diselenggarakan secara virtual dengan mengusung nama Telkom University Virtual Run 2020 atau yang dikenal dengan TUVR 2020. Kegiatan ini merupakan *event* virtual lari pertama yang mereka adakan.

Event lari ini rutin diselenggarakan sekaligus untuk merayakan HUT Telkom University. Selain virtual run, TUVR 2020 juga mengadakan Webinar Sport and Nutrition bersama Herbalife Indonesia. Lalu untuk membuat *event* ini semakin menarik perhatian para peserta, TUVR 2020 membuat *Photo Contest*, *Pushups Challenge* dan juga ada *Doorprize*.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, acara ini cukup banyak menarik minat peserta. Terlihat dari

kurang lebih 800 peserta yang terdaftar di website TUVR 2020, selain itu acara ini cukup banyak mendapat *feedback* yang bagus dari para peserta. Peserta yang terdaftar ada dari Telkom University maupun dari luar. Strategi TUVR dalam menarik minat peserta adalah dengan melakukan kerja sama dengan komunitas lari dan berbagai *media partner* yang berfokus kepada *Runners* dengan tujuan agar *event* ini dapat dikenal dan diketahui oleh banyak orang, khususnya para penggemar *event* lari. Selain itu, Telkom University Virtual Run 2020 juga memanfaatkan media digital untuk mempublikasikan kegiatan mereka. Adapun media digital yang mereka manfaatkan adalah media sosial Instagram, Twitter, Facebook, Line dan Tiktok. Media sosial adalah media digital yang paling sering digunakan, lantaran dapat digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh dengan berbagai fitur unggulan.

Menyelenggarakan sebuah *event* adalah salah satu bentuk implementasi dari program *Public Relations*. *Public Relations* mempunyai peran krusial dalam mewujudkan keberhasilan pada sebuah *event*. Adapun upaya *Public Relations* untuk mencapai keberhasilan

tersebut, mereka memegang peranan penting dalam menyusun konsep yang dapat menarik perhatian masyarakat dan berperan dalam merumuskan strategi promosi juga penerbitan sehingga seluruh masyarakat atau sasaran spesifiknya dapat mengetahui tentang *event* tersebut. Selain itu, *event* yang diselenggarakan oleh *Public Relations* adalah taktik dalam meningkatkan citra sebuah perusahaan. Dalam hal ini, TUVR 2020 bisa digunakan sebagai wadah dalam meningkatkan citra Telkom University, karena *event* ini merupakan *event* tahunan yang di adakan sekaligus untuk merayakan HUT Telkom University dan pihak penyelenggara menjalin kerjasama dengan berbagai pihak ekrsternal serta melakukan penggalangan dana.

Sebelum *event* Telkom University Virtual Run 2020 terselenggara, sudah ada beberapa *event virtual run* serupa yang telah diadakan. Akan tetapi, *event* TUVR 2020 ini berbeda dengan *event* lari yang sudah terselenggara sebelumnya. *Event* ini merupakan *event virtual run* pertama yang diselenggarakan oleh Telkom University. Melalui *event* ini, Telkom University Run melakukan penggalangan dana, dimana dari hasil

penjualan setiap satu tiket, dipotong sepuluh ribu rupiah untuk disumbangkan kepada pihak yang membutuhkan melalui Endowment Telkom University. *Event* ini juga dapat membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk gemar berolahraga dan juga meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat di era pandemi Covid-19.

Selanjutnya terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai manajemen *event*. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rita Kustati Sitio dengan judul “Manajemen *Event* Grebek Pasar Beringharjo PT MMKSI” dengan hasil bahwa penelitian ini hanya menggunakan tiga dari lima tahap manajemen *event* Goldblatt (2013), dimana peneliti menggunakan kelima tahap tersebut. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Jaskaran Singh Madray dengan judul “*The Impact of Covid-19 on Event Management Industry*” dimana penelitian ini berfokus kepada dampak terhadap *event* yang terjadi selama pandemi Covid-19 sedangkan penelitian yang sedang peneliti lakukan mengenai bagaimana manajemen *event* di masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan pra-riset yang telah peneliti lakukan, dapat terlihat bahwa

proses pelaksanaan yang dilakukan secara *virtual* terdapat faktor pendukung maupun faktor penghambat pada kegiatan ini. Dalam kajian penelitian ini, peneliti berupaya untuk menggambarkan seluruh rangkaian aktivitas yang mereka lakukan mulai dari riset, perencanaan dan implementasi sampai evaluasi kegiatan. Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan gambaran pengelolaan *event* khususnya secara *virtual* pada masa pandemi.

Untuk menganalisis manajemen *event* TUVR 2020, penulis memanfaatkan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Komariah & Satori (2011:28) menyajikan bahwa penelitian kualitatif bersifat deskriptif, dicirikan oleh tahap aktivitas yang mendeskripsikan objek, situasi saat ini dan lingkungan sosial yang disajikan dalam cerita. Dengan kata lain, data dan fakta dikelompokkan dalam bentuk data. Adapun teknik pengumpulan data yang dipilih adalah pengamatan, wawancara, dan dokumen. Data pengamatan diperoleh dari hasil pengamatan media sosial TUVR 2020 selama *event* berlangsung. Sedangkan wawancara dilaksanakan dengan narasumber TUVR

2020.

Menekankan kembali bahwa setiap *event* harus berbeda dengan *event* lain. Keunikan harus ada pada setiap acara meskipun memiliki tema yang sama (Noor, 2013:15). Penulis melihat keunikan *event* ini karena diselenggarakan secara virtual. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis ingin membahas sedikit lebih dalam penelitian ini dengan judul **“Analisis Manajemen *Event* Telkom University Virtual Run 2020”**.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Public Relations*

Menurut Cutlip & Center's (2013:5) *Public Relations* merupakan fungsi manajemen untuk membangun & merawat hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi & publik sebagai dasar dari sebuah keberhasilan atau kegagalan. PR dikatakan sebagai fungsi manajemen lantaran selalu memperhatikan hubungan dengan publiknya dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi & publik.

Theaker (2012:6) mengatakan bahwa “Public Relations is the occupation responsible for the

management of organisational relationships and reputation. It encompasses issues management, public affairs, corporate communications, stakeholder relations, risk communication and corporate social responsibility” (PR merupakan pekerjaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan hubungan dan reputasi organisasi. Ini meliputi manajemen masalah, urusan publik, komunikasi perusahaan, hubungan pemangku kepentingan, komunikasi risiko, dan tanggung jawab sosial perusahaan).

Frank Jefkins (dalam Yadin, 2004:10) menyampaikan bahwa PR adalah segala bentuk komunikasi terencana antara organisasi dan publik baik secara internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan tertentu, berdasarkan pemahaman bersama. Oleh karena itu, PR adalah aktivitas yang berkesinambungan & berkala, bukan aktivitas yang sembarangan atau dadakan

Berdasarkan penjelasan para ahli di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Public Relations* merupakan profesi yang melakukan hubungan eksklusif dengan publiknya dan memiliki kewajiban untuk mengelola dengan baik hubungan internal dan

eksternal.

2. *Event*

Penyelenggaraan *event* berkembang sesuai keinginan konsumen untuk dapat menyaksikan *event* tersebut, seperti *event* olahraga, acara sosialisasi produk, pameran atau *event-event* lainnya, Noor (2013:8). Selain itu, menurut E. Kennedy (2009:3) *event* didefinisikan sebagai pameran, pertunjukan atau festival dengan syarat adanya penyelenggara, peserta, dan pengunjung. Namun dalam arti luas, *event* diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi dengan membawa orang ke suatu tempat tertentu untuk memperoleh informasi dan pengalaman serta untuk tujuan lain dalam rangka penyelenggaraan acara tersebut.

Menurut Getz 1997 (dalam, Noor 2013) *event* merupakan aktivitas yang bersifat non- rutin, tidak sama dengan aktivitas kehidupan sehari-hari manusia. *Event* dapat dipahami sebagai insiden atau sesuatu yang terjadi. Kejadian unik yang dirayakan dengan upacara atau ritual untuk memenuhi kebutuhan khusus. *Event* digelar lantaran ada momen tertentu yang wajib diperingati oleh kelompok atau perorangan.

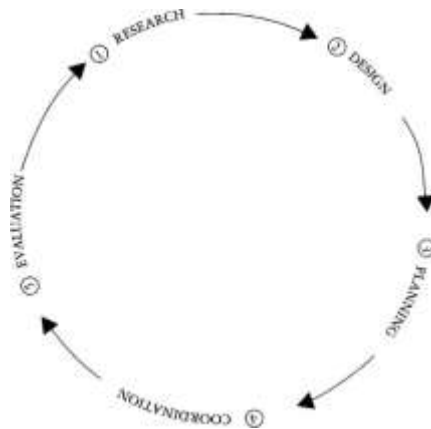
Berdasarkan pemaparan diatas, bisa peneliti katakan bahwa saat ini konsep perkembangan *event* sesuai dengan kemajuan teknologi dan perkembangan aktivitas sosial. Perkembangan ini menyebabkan berbagai acara diadakan, tidak terbatas pada nilai agama, adat, dan budaya.

3. *Management Event*

Manajemen *event* berarti perencanaan yang cermat, organisasi kreatif, dan pelaksanaan acara. Perlu dilakukan penelitian tentang manajemen *event*, karena kegiatan acara dipengaruhi oleh kualitas komunikasi, yaitu strategi visual dan informasi, komunikasi antar individu, pemilihan dan penempatan media, publisitas dan promosi, dan masih banyak lagi aktivitas lainnya, E. Kennedy (2009:3).

Pada penelitian yang dilakukan terhadap *event* TUVR 2020, peneliti menerapkan konsep manajemen acara yang disampaikan oleh Goldblatt. Di dalam buku *Special Events*, Menurut Goldblatt (2013:44), terdapat lima tahapan keberhasilan suatu *event* yaitu, *Research*, *Design*, *Planning*, *Coordination* dan *Evaluation*.

Gambar 1 *Event Management Process*



Sumber: Goldblatt (2013:45)

Research (Riset)

Sebelum melakukan sebuah event ada baiknya melakukan riset. Riset yang dilakukan dengan baik dapat mengurangi risiko kegagalan dalam melaksanakan event. Riset diperlukan untuk menentukan kebutuhan, harapan, dan ekspektasi dari tujuan acara tersebut. Jenis penelitian perlu disesuaikan dengan acara yang akan dilaksanakan dan dipengaruhi oleh tujuan, waktu, dan dana yang tersedia untuk penelitian tersebut. Mengutip dari buku Goldblatt (2013:45) ada tiga jenis riset pra-event yaitu kualitatif, kuantitatif dan campuran antara keduanya.

Design (Desain)

Setelah melakukan riset, tahap selanjutnya merupakan mendesain sebuah event. Tahapan mendesain

sebuah event yaitu menggunakan brainstorming dan mind mapping. Di awal fase brainstorming, adakan pertemuan untuk mengajak orang-orang kreatif bertukar pikiran tentang berbagai elemen acara. Setelah itu, lanjutkan menggunakan mind mapping. Mind mapping adalah cara yang efektif bagi anggota kelompok untuk bertukar ide, yang kemudian akan menghasilkan keputusan yang logis dan mulai menciptakan ide untuk acara tersebut.

Planning (Perencanaan)

Tahap ini adalah saat terlama pada proses manajemen acara. Namun, semakin baik riset & desain maka akan semakin sederhana dan singkat tahap perencanaannya. Dalam tahap perencanaan ini mencakup penggunaan hukum *time/space/tempo*. Ketiga hukum ini akan mempengaruhi setiap keputusan yang dibuat dan dirancang untuk memaksimalkan penggunaan setiap sumber daya yang tersedia. *Time* berkaitan dengan waktu pengaplikasian acara, semakin lama waktu perencanaan dan produksi maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap biaya dan keberhasilan *event*. *Space* berkaitan dengan tempat diadakannya acara. *Space & Time*

memiliki hubungan yang konstan dengan semua proses peristiwa. *Tempo* terkait dengan kecepatan yang terjadi selama perencanaan sampai aplikasi, berhubungan dengan koordinasi antar pengurus atau penyelenggara *event*.

Coordination (Koordinasi)

Koordinasi adalah tahapan yang paling sering dilakukan selama pelaksanaan, karena koordinasi merupakan tahapan pelaksanaan yang telah direncanakan. Pada tahap ini peran penyelenggara acara sangat penting, penyelenggara acara akan dihadapkan pada banyak pilihan, dan keputusan akan mempengaruhi keseluruhan acara.

Evaluation (Evaluasi)

Tahap ini adalah tahap evaluasi dari segala rangkaian proses manajemen *event*. Bentuk evaluasi yang paling umum adalah survei tertulis untuk mengetahui kepuasan peserta dan audiens. Bentuk penelitian yang lain adalah observasi, menurut jenis evaluasi ini, keuntungannya adalah dapat mengamati rencana secara objektif dan memberikan pendapat yang membimbing selama proses perencanaan. Evaluasi ini membantu

untuk memahami apakah acara yang diadakan mendapat tanggapan yang bagus dan harus diadakan lagi, atau bahkan sebaliknya.

Manajemen *event* berpotensi menjadi bentuk manajemen hubungan yang paling efektif. *Event* yang direncanakan & dilaksanakan dengan baik bisa menghasilkan pengalaman yang hebat. Manajemen *event* menjadi alat ampuh *public relations* untuk berkomunikasi dengan publik sasaran. *Event* yang sukses mungkin bergantung pada item yang tampaknya kecil, jadi tetap teratur selama proses perencanaan akan membantu memastikan keberhasilan kegiatan.

4. Media Sosial

Perkembangan teknologi menciptakan banyak perubahan seiring dengan berkembangnya zaman. Teknologi membuat penyebaran informasi menjadi cepat, mudah dan murah. Salah satunya melalui media sosial di internet. Media sosial diartikan sebagai platform online yang digunakan oleh orang untuk membangun jaringan dan hubungan sosial dengan orang lain yang memiliki minat, aktivitas, latar belakang, dan kehidupan pribadi yang sejenis (VW.Akram, R.Kumar) Jurnal

JCSE.

Menurut informasi yang peneliti
Lansir dari situs
<https://powercommerce.asia>, ”Kenali
Segmentasi Media Sosial, Maksimalkan
Penggunaanya” terdapat beberapa
platform media sosial yang memiliki
pengguna terbanyak, yaitu Youtube,
Facebook, Instagram, Twitter, dan
LinkedIn. Di bidang kehumasan, media
sosial membuat kemudahan
berkomunikasi langsung dengan publik,
dan juga dapat digunakan sebagai sarana
publikasi yang efektif.

5. Telkom University Virtual Run 2020

Menjaga kesehatan adalah hal
yang penting untuk kita perhatikan.
Upaya menjaga kesehatan dapat
dilakukan dengan berolahraga. Lari
merupakan salah satu olahraga yang
bisa dilakukan dimana saja dan kapan
saja. Telkom University Run selalu
berusaha memberikan sesuatu hal yang
baru. Begitupun untuk tahun ini,
walaupun kondisi sedang pandemi
Covid-19. Telkom University Run
hadir dengan inovasi baru yaitu Telkom
University Virtual Run 2020.

Berdasarkan informasi yang
peneliti lansir dari website Telkom

University

Run

(<http://www.telkomuniversityrun.id/>).

Telkom University Virtual Run 2020 ini
merupakan *event* yang bisa dilakukan
kapanpun dan dimanapun sesuai
keinginan peserta, bisa dilakukan di jalan,
jogging track, treadmill, cross country
track bahkan selama kompetisi
berlangsung. *Event* ini bersifat multiple
Run. Multiple Run yang dimaksud adalah
dapat submit lari lebih dari satu kali
selama periode lari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan
pendekatan kualitatif dengan jenis
penelitian deskriptif. Penelitian ini
menggunakan pendekatan kualitatif
dengan jenis penelitian deskriptif.
Menurut Dantes (2012:51) penelitian
deskriptif yaitu penelitian yang berupaya
menggambarkan suatu fenomena secara
sistematis pada kaitannya menggunakan
fenomena/peristiwa.

Peneliti
menggunakan menggunakan pendekatan
ini karena peneliti hanya ingin
mendeskripsikan atau memberikan
gambaran yang faktual serta akurat
terkait manajemen *event* Telkom
University Virtual Run 2020.

Paradigma penelitian yang

digunakan penulis dalam penelitian ini adalah paradigma *postpositivisme*. Asumsi dasar yang mendasari model penelitian *post positivisme* meliputi pengetahuan yang terbentuk dari data, bukti, dan pertimbangan logis (Creswell, 2010:10). Peneliti menilai bahwa paradigma *postpositivisme* merupakan paradigma yang cocok pada pendekatan yang peneliti pilih, yaitu pendekatan kualitatif. Peneliti berusaha untuk dapat menjelaskan serta menguraikan terkait realitas sehingga dapat mengetahui terkait manajemen *event* Telkom University Virtual Run 2020.

Subjek dan objek penelitian adalah unsur penting dalam penelitian. Subjek penelitian berfungsi sebagai penyedia informasi, artinya memanfaatkan orang-orang yang berlatar belakang penelitian untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong, 2010:132). Dalam penelitian ini memanfaatkan panitia penyelenggara, khususnya divisi humas *event* TUVR 2020 untuk dijadikan sebagai subjek penelitian. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan informan pendukung yaitu peserta TUVR 2020 dan informan ahli yaitu praktisi *event* sebagai subjek

pada penelitian ini.

Objek penelitian kualitatif merupakan benda alam atau lingkungan alam, sehingga metode penelitian biasa disebut dengan metode alamiah (Sugiyono, 2017:9). Objek penelitian pada penelitian ini adalah Manajemen *Event* Telkom University Virtual Run, dimana *event* ini merupakan *virtual Run event* pertama yang diselenggarakan oleh ORUGA.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi pada *event* Telkom University Virtual Run 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Telkom University Run merupakan *event* lari terbesar di kampus Telkom University, dengan peserta dari berbagai kota di Indonesia mencapai ribuan pelari. ORUGA (Forum Olahraga Telkom University) rutin mengadakan *event* lari setiap tahunnya. Namun dikarenakan pada tahun 2020 lalu terjadi pandemi Covid-19, dimana kita semua dibatasi untuk melakukan kegiatan diluar rumah untuk menghindari kerumunan, maka *event* lari tahunan tersebut tidak dapat diselenggarakan secara on site dan

berubah menjadi *event* lari virtual. Seperti yang dikatakan oleh fandi sebagai berikut:

“Kenapa jadi TUVR atau virtual marathon sebenarnya kita udah ngerencanain tuh yang bener-bener on sitenya marathon di tempat gitu tapi karena keadaan pandemi Covid-19 dan kampus mulai di liburkan tapi kita udah rekrutasi kepanitiaan, akhirnya aku sendiri dan panitia inti koor mutar balik gimana caranya kegiatan ini tetep bisa terlaksana. Nah dari situ kita ambil referensi dari luar negri Berlin Marathon lebih tepatnya, terus adajuga beberapa event marathon di Indonesia itu Fitbar Virtual Marathon, terus Boombox series terus ada lagi tapi aku lupa namanya. Aku dan beberapa inti koor nyobain virtual marathon ini. Biar tau virtual ini gimana. Sampe akhirnya kita putusin jadinya kita alihin ke virtual marathon” (Wawancara pada tanggal 18 Desember 2020).

Telkom University Run merupakan kepanitiaan acara olahraga tahunan yang di bentuk oleh ORUGA, dimana anggota dari Telkom University Run merupakan bagian dari UKM Olahraga yang terdapat di Telkom University seperti Basket, Voli, Badminton, dsb. Acara Telkom University Run memiliki konsep berbeda setiap tahunnya. Pada 2017

event ini bernama Telkom University Fun Run, Telkom University Fun Run inicakupannya sempit karena skalanya hanya internal. Lalu 2019 *event* ini bernama Telkom University Half Marathon dan cakupannya sudah lebih luas karena sudah tingkat nasional dan pada tahun 2020 *event* ini berubah menjadi virtual Run.

Tema awal dari TUVR 2020 yaitu melestarikan budaya Jawa Barat, dimana didalamnya terdapat unsur batik, wayang dan banyak lagi yang menggambarkan Jawa Barat sekali. Namun setelah melalui proses *brainstorming* dan *mindmapping*, pembina memberikan saran untuk tidak terlalu ke Jawa Baratan. Karena mempertimbangkan dari segi sponsor dan dari segi peserta yang bukan hanya berasal dari Jawa Barat takutnya akan mempengaruhi minat mereka terhadap *event* ini. Lalu akhirnya di improve dengan digitalisasi, maka munculah Batik Megamendung yang terdapat pada desain tersebut. Jadi tema dari TUVR 2020 tetap terdapat unsur Jawa Barat namun dibuat lebih simple dan modern.

Dalam pelaksanaan sebuah *event* pastinya memiliki sebuah maksud dan tujuan. Tujuan awal di bentuk Telkom

University Run karena ORUGA ingin membuat kompak UKM Olahraga yang ada di Telkom University seperti yang disampaikan oleh ketua *event* saat dilakukan wawancara adalah sebagai berikut.

“Tujuan awal di bentuk Telkom University Run karena ORUGA (kumpulan UKM olahraga se-Telkom University) ingin membuat kompak UKM Olahraga yang ada di Telkom University. Kalo untuk internal otomatis tujuannya untuk mengeratkan UKM olahraga yang ada di Telkom University. Kegiatan ini rutin diadakan setiap tahun, karena virtual event kemarin, minim banget pihak ORUGA yang terlibat. Hanya beberapa UKM olahraga saja. Selain itu, kita juga sekaligus mengadakan donasi dengan cara dari setiap tiket yang terjual, kita potong 10rb untuk disumbangkan kepada Endowment Telkom University. Kalo tujuan untuk eksternal dari event ini yaitu untuk membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk gemar berolahraga pada masa pandemi Covid-19 ini.” (Wawancara pada tanggal 18 Desember 2020).

Dari kutipan wawancara tersebut peneliti menemukan fakta menarik bahwa *event* TUVR 2020 diadakan sekaligus untuk berdonasi dimana hasilnya akan diberikan kepada Endowment Telkom University di akhir

acara. *Event* TUVR 2020 bukan hanya lari saja, TUVR 2020 juga mengadakan webinar bersama sponsor *event* tersebut yaitu Herbalife Nutrition. Selain itu, *event* TUVR 2020 ini secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk berolahraga agar tubuh tetap sehat dan terhindar dari virus.

Dalam perencanaan sebuah acara diperlukan analisis SWOT guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi *event* yang akan dijalani. Analisis ini membantu mendefinisikan masalah dari empat aspek yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman).

Strength

- Menyediakan wadah bagi para penggemar *event* olahraga lari untuk tetap mengikuti *event* lari pada masa pandemi Covid-19.
- Memberikan kemudahan bagi para peserta karena *event* ini cukup fleksibel dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.
- Biaya pendaftaran yang tidak mahal dibanding *event* serupalainnya.

Weakness

- Target peserta pada *event* ini hanya untuk para penggemar

olahraga lari. Kemungkinan kecil untuk mengikuti event ini apabila tidak gemar berolahraga.

- Karena *event* virtual koordinasi sulit dilakukan secara virtual, hal ini menyebabkan terjadinya miskomunikasi pada beberapa hal.
- Kesalahan dalam memberikan diskon potongan harga tiket.

Opportunity

- Membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk gemar berolahraga di era pandemic Covid-19.
- Pada masa pandemi Covid-19, olahraga lari dapat menjadi pilihan berolahraga yang tepat karena tetap dapat menjaga protocol Kesehatan
- *Event* lari virtual pertama yang diadakan Telkom University Run.

Threats

- Karena pandemic Covid-19 acara ini tidak bisa dilaksanakan secara *on site*.
- Virtual *event* membuat kompetisi terasa kurang menarik karena tidak memiliki lawan.

Sebuah *event* memerlukan kampanye yang sukses untuk membantu meningkatkan antusiasme masyarakat

untuk mendukung keberhasilan *event* tersebut. Keperluan kampanye tersebut adalah tugas seorang humas. Karena *event* dengan humas saling berkaitan. Kegiatan publikasi *event* ini dilakukan di media sosial dan sebagian besar pada platform instagram dengan nama Telkom University Run. Awal publikasi mengenai *event* ini dilakukan pada bulan April 2020 dengan unggahan *comingsoon*. Memasuki bulan Agustus 2020 unggahan menjadi lebih intens. Dimulai dari info mengenai marathon, poster acara, hal hal mengenai *event*, pelaksanaan *event*, sampai dengan *closing* acara tersebut.

Event TUVR 2020 melakukan persiapan yang cukup lama kurang lebih selama enam bulan. Dimulai dari recruitment panitia, lalu melakukan survey dan membuat perubahan konsep dari *on site* menjadi virtual, kemudian menentukan strategi publikasi dan pemasaran, mengajukan kerjasama kepada sponsor, media partner dan vendor, hingga dimulainya proses registrasi peserta.

Dalam menggaet minat peserta untuk mengikuti *event* ini, panitia TUVR 2020 melakukan berbagai cara salah satunya adalah live instagram. TUVR

2020 mengadakan instagram live setelah mereka memposting Poster Telkom University Virtual Run 2020 di feeds instagram mereka. Dimana pada live instagram tersebut berisi penjelasan mengenai aplikasi dan sistematika virtual Run. Lalu instagram live selanjutnya dilakukan pada masa registrasi. Live ini bersama bank BJB untuk menginformasikan cara pembelian menggunakan Digi Cash agar mendapat potongan harga. Selain itu panitia juga memanfaatkan keberadaan influencer khususnya dibidang lari dengan memanfaatkan platform sosial media instagram untuk membantu mempromosikan acara ini di laman instagram mereka.

Telkom University Virtual Run 2020 memiliki target peserta. Pertama mereka mentargetkan 500 peserta, lalu target selanjutnya adalah 700, dan total peserta yang terdaftar pada website Telkom University Run yaitu kurang lebih 862. Itu menunjukkan bahwa TUVR 2020 sudah melampaui target peserta mereka. Peserta TUVR 2020 tidak hanya dari internal saja, terdapat peserta yang berasal dari Papua, Sumatera, dan masih banyak lagi. Pesan yang terkandung dalam event TUVR

2020 adalah bahwa kita harus rajin berolahraga di era pandemi Covid-19 ini, dan olahraga lari dapat menjadi pilihannya.

Dalam menjalankan sebuah event diperlukan kerjasama tim yang baik. Para panitia acara yang mengelola dan mengatur agar dapat berjalan dengan baik. Panitia terbagi kedalam divisi masing-masing dimana pada divisi tersebut terdapat jobdesc dan tanggung jawab masing-masing. Seperti yang dijelaskan oleh Fandi mengenai divisi – divisi tersebut.

"Sebenarnya semua kerja, tapi intensitasnya itu bakal beda gitu. Divisi Acara bertanggung jawab untuk menyiapkan konsep dari awal hingga akhir acara, Divisi Pubdok itu bertanggung jawab pada segala sesuatu yang berhubungan dengan design dan membuat after movie, Divisi Humas bertanggung jawab untuk mempublikasikan segala bentuk informasi ke sosial media, Divisi konsumsi bertanggung jawab memberi konsumsi ketika waktu packing, Divisi Akomodasi bertanggung jawab untuk pengiriman race pack ke JNE, TIKI, Pos Indonesia, Divisi Logistik bertanggung jawab untuk menyiapkan barang dari vendor dan menyiapkan tempat untuk packingnya," (Hasil wawancara dengan Fandi Achmad selaku Informan Kunci satu pada tanggal 18 Desember 2020).

Event TUVR 2020 melakukan koordinasi sejak sebelum acara berlangsung. dalam perencanaan, koordinasi dilakukan dengan berbagai pihak yaitu kepada pihak kampus atau BK, kepada pembina, koordinasi antar panitia, dan dengan berbagai pihak seperti sponsor, media partner, vendor dan pihak pihak yang bekerjasama dengan *event* ini. Namun karena *event* TUVR 2020 diselenggarakan secara virtual para panitia pun saling berkoordinasi secara virtual. Virtual meeting seperti google meet atau zoom dan kalo chat via whatsapp atau line. Selain koordinasi antar panitia, komunikasi dengan sponsor dan media partner pun dilakukan melalui telfon atau melalui layanan komunikasi video. Koordinasi perlu dilakukan intensif agar mengurangi terjadinya *misscom* yang akan menyebabkan kendala atau hambatan pada pelaksanaan acara.

Untuk meminimalisir resiko kegagalan pada saat berjalannya *event* para panitia menerapkan perencanaan, eksekusi dan evaluasi. Dimana segala sesuatu harus direncanakan dengan matang, kemudian pada saat eksekusi harus sesuai dengan yang sudah direncanakan dan apabila melenceng

harus tetap sesuai dengan tujuan dan setelah itu dilakukan evaluasi apa yang salah lalu diperbaiki.

Event TUVR 2020 melakukan evaluasi melalui *zoom meeting* setelah acara *closing* karena tidak memungkinkan untuk bertatap muka langsung dan memang *event* ini dilakukan secara virtual. Dalam evaluasi acara tersebut membahas keseluruhan acara, apa yang menjadi kekurangan dan apa yang menjadi kelebihan untuk dapat di implementasikan pada *event* di tahun selanjutnya. TUVR 2020 tidak melakukan survey untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta karena menurut Fandi sedikit susah menyebarkan kuisioner tersebut. Namun Fandi menerima banyak *feedback* yang positif dari para peserta *event* TUVR 2020 mulai dengan harga tiket yang terbilang lebih murah dan para peserta juga puas dengan *race pack* yang mereka dapat lalu website yang disediakan untuk submit hari lari tidak ada kendala sama sekali.

Menurut Fandi parameter untuk suatu acara dapat dibilang sukses itu dilihat dari dua faktor, yang pertama faktor dari pesertanya dan yang kedua dari faktor internalnya yaitu panitianya. TUVR 2020 dapat dikatakan sebagai

acara yang berhasil karena para peserta merasa puas dan menghasilkan banyak sekali *feedback* positif meskipun ada beberapa *feedback* negatif. Kemudian dari internal kenapa *event* ini dikatakan berhasil karena para panitia yang solid merupakan kunci utama keberhasilan acara, dan tidak hanya peserta yang puas tetapi para panitia juga puas karena merasa sangat dihargai atas kerjakerasnya dengan cara diberikan reward. Selain itu *event* ini juga memberi banyak benefit kepada panitia.

Melaksanakan sebuah *event* tentu tidak akan sepenuhnya sempurna. Secara keseluruhan acara ini berjalan sesuai planning, namun terdapat beberapa kekurangan diantaranya adalah menerapkan diskon potongan harga tidak tepat waktunya. Keberhasilan acara ini jelas karena adanya dukungan oleh banyak pihak seperti sponsor, media partner, vendor dan pihak lain yang bekerjasama dengan TUVR 2020. Selain itu, tentu para panitia yang sangat solid serta pembina maupun Badan Kemahasiswaan tidak luput dari alasan keberhasilan *event* ini.

Dalam implementasi sebuah *event* terdapat kelebihan maupun kekurangan. Pada *event* TUVR 2020, sebagai peserta

event ini Berlian menilai bahwa *event* lomba lari ini cukup memuaskan keinginan peserta, karena tetap bisa merasakan lomba lari secara aman dan mengikuti prosedur protokol kesehatan yang di anjurkan oleh pemerintah. Dimana para peserta tetap dapat berlari tanpa harus berkumpul dengan peserta lainnya. Menurut Kak Isfi kelebihanya yaitu sebagai berikut.

”Untuk kelebihan event ini yaitu tempat, waktu, dan submit lari fleksibel karena virtual Run, dan menggunakan website yg mudah dan sangat mendukung, juga panitia yang cepat dan tanggap apabila ada masalah. Proses pengiriman race pack, jersey, medali pun cepat sekali, dan jerseynya bagus sekali. Untuk medali juga bagus berat gitu.” (Hasil Wawancara pada tanggal 19 April 2020).

Setelah berbicara mengenai kelebihan pada *event* ini, peneliti juga menemukan berbagai kekurangan *event* ini, namun kekurangan dari *event* ini tidak terlalu mempengaruhi berjalannya proses lomba. Seperti yang dikatakan Berlian sebagai berikut.

“Kekurangan yang aku rasain sih ngga teralu mempengaruhi berjalannya proses lomba larinya, tapi aku ngerasa kurang mendapatkan refreshment yang beragam jadi kaya lari biasa aja. Kalo acara langsung tuh mencapai garis finish pertama

dapat medali emas terus yang finish selanjutnya berbeda, nah kalo ini tuh sama semua mau kalian larinnya seberapa cepatnya tuh tetap sama.” (Hasil Wawancara pada tanggal 12 April 2021).

Selain itu kekurangan *event* ini yaitu karena dilaksanakan secara individu di tempat masing-masing jadi tidak terlalu terasa seperti berkompetisi karena tidak ada lawan disekitar. Lalu kekurangan lain pada *event* ini seperti yang dikatakan Kak Isfi bahwa TUVR 2020 memberikan diskon pembelian tiket namun diadakan pada saat pertengahan masa registrasi, dan bukan dari awal masa registrasi diberlakukan potongan diskon tersebut. Itu sedikit membuat kecewa para peserta yang sudah antusias mendaftar di awal masa registrasi.

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh informan pendukung di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa peserta *event* Telkom University Virtual Run 2020 cukup puas dengan *event* ini terlihat dari jersey dan medali yang mereka dapat sangat bagus, dan selama pelaksanaan tidak ada kendala dari website dan sebagainya. Untuk kekurangan *event* ini lebih kepada faktor eksternalnya yaitu karena pandemi Covid- 19 membuat euphoria lomba lari

menjadi berbeda dari biasanya.

Selain kekurangan dan kelebihan. Pada implementasi sebuah *event*, terdapat faktor penghambat serta faktor pendukung dari internal maupun eksternal. Dalam hal ini, penyelenggara menggali seluruh hambatan dan dukungan yang terdapat dari faktor internal dan eksternal. Faktor pendukung dari internal pada *event* ini adalah panitia yang sangat luar biasa kompak. Selain itu, pembina dan BK yang sangat support, lalu untuk faktor pendukung dari eksternal pada *event* ini yaitu sponsor, media partner, vendor dan pihak eksternal yang bekerjasama. Kemudian untuk faktor penghambat dari internal pada *event* ini adalah panitia yang terkadang hilang- hilangan dan susah dihubungi meskipun tidak semua, lalu faktor penghambat dari eksternal *event* ini adalah pandemi Covid-19 membuat *event* tidak bisa dilaksanakan secara *on site*.

Dengan mengetahui faktor pendukung dan penghambat, baik dari internal maupun eksternal, *event* Telkom University Virtual Run 2020, dapat diketahui kelebihan yang dapat ditingkatkan pada *event* berikutnya dan kekurangan untuk menjadi bahan

evaluasi agar meminimalisir kesalahan di *event* selanjutnya.

KESIMPULAN

Dari hasil uraian penelitian mengenai analisis manajemen *event* Telkom University *Virtual Run* 2020 maka peneliti menarik kesimpulan bahwa *event* ini diadakan sekaligus untuk merayakan HUT Telkom University, lalu pada *event* TUVR 2020 sebagian hasil dari penjualan tiket didonasikan kepada Endowment Telkom University.

Telkom University *Virtual Run* 2020 menerapkan kelima tahap manajemen *event* menurut Goldblatt (2013). Dimana tahapan pertama adalah Riset, dilakukan dengan cara observasi atau terjun langsung mengikuti *event* virtual serupa dan mengamati mengenai bagaimana sistematika lari virtual. Tahap kedua adalah Disain, menentukan tema dan konsep dengan cara *brainstorming* tentang kebudayaan Jawa Barat yang dilakukan oleh panitia melalui *zoom meeting*. Tahap ketiga adalah Perencanaan, *event* yang tadinya dilaksanakan secara *on site* harus berubah menjadi virtual lalu merencanakan strategi dalam menggaet minat peserta agar mengikuti *event* ini yaitu salah

satunya dengan cara *live instagram*. Tahap keempat Koordinasi, dimana panitia TUVR 2020 sudah melakukan koordinasi kepada pihak yang bekerja sama seperti kepada sponsor, *media partner*, vendor dan yang lainnya sejak sebelum acara dimulai. Lalu tahap terakhir yaitu Evaluasi, evaluasi dilakukan panitia melalui *zoom meeting* setelah melakukan *closing* acara, evaluasi dilakukan agar dapat menjadi catatan apa saja kekurangan dan kelebihan *event* ini agar diperbaiki untuk *event* yang akan diselenggarakan selanjutnya.

REFERENSI

- Any, Noor. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Cutlip, Scott M. Center., Allen H. dan Glenn M. Broom. 2011. *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Cet. Ke-4. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell W. John. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif*,

- Kuantitatif, dan Mixed.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar. <https://powercommerce.asia/platform-media-sosial-dansegmentasinya/>.
- Dantes, Nyoman. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI <https://www.instagram.com/telkomuniversityrun/>.
- E. Kennedy, John. 2009. *Manajemen Even*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Goldblatt, J. 2013. *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration, 7th Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Jefkins, F., & Daniel Y. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Theaker, Alison. 2012. *The Public Relation Handbook f (Fourth Edition)*. New York: Routledge.

Online: