

ANALISIS PENGELOLAAN EVENT INNOVILLAGE TELKOM UNIVERSITY PADA MASA PANDEMI COVID – 19

Alfan Iswara Aji¹, Anisa Diniati²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

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

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi pada suatu pedesaan sangat butuh diperhatikan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui analisis manajemen event INNOVILLAGE Telkom University 2020 pada masa pandemi covid -19. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah konsep manajemen event yang dijabarkan oleh Goldblatt, yaitu: 1) Research, melakukan observasi terlebih dahulu terkait kendala besar yang sangat berdampak dari Covid-19 ini, dan dari observasi yang telah dilakukan terfikirkan suatu ide untuk membangun kembali suatu pedesaan melalui event INNOVILLAGE; 2) Design. Dengan menggunakan desain yang memberikan pemikiran kepada audiens bahwa perkembangan desa di bagian ekonomi dan sosial dapat berkembang dengan melakukan tahapan brainstorming dan mindmapping untuk dapat perhatian dari peserta; 3) Perencanaan. Panitia membentuk perencanaan event INNOVILLAGE ini dengan membentuk talent digital di masa sekarang dan di masa yang akan mendatang untuk para mahasiswa; 4) Koordinasi panitia, peserta, sponsor dan media partner menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Line dan Zoom Meeting. 5) Hasil evaluasi pada event INNOVILLAGE mendapatkan respon positif dari peserta dan memberikan dampak pengetahuan besar bagi peserta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan oleh pendekatan kuantitatif.

Kata Kunci: event, hubungan masyarakat, INNOVILLAGE, manajemen event, pandemi covid – 19

ABSTRACT

Economic growth in a rural area really needs attention, this research was conducted with the aim of knowing the analysis of Telkom University 2020 INNOVILLAGE event management during the covid - 19 pandemic. The theory used in this study is the event management concept described by Goldblatt, namely: 1) Research, making observations first regarding the big obstacles that have a huge impact on Covid-19, and from the observations that have been made an idea is thought to rebuild a villages through the INNOVILLAGE event; 2) Design. By using a design that gives an idea to the audience that village development in the economic and social sector can develop by carrying out brainstorming and mindmapping stages to get the attention of the participants; 3) Planning. The committee formed the planning of this INNOVILLAGE event by forming digital talent now and in the future for students; 4) Coordination of the committee, participants, sponsors and media partners using social media such as Whatsapp, Line and Zoom Meetings. 5) The results of the evaluation at the INNOVILLAGE event received a positive response from the participants and gave a great knowledge impact for the participants. This study uses qualitative methods with descriptive research types, qualitative research is research that is used to investigate, find, describe, and explain the quality or features of social influences that cannot be explained, measured or described by a quantitative approach.

Keywords: event, event management, INNOVILLAGE, pandemic covid – 19, public relations

LATAR BELAKANG

Sejak pandemi Covid-19 mengguncang Indonesia pada akhir Februari 2020, dampak buruk terjadi pada berbagai sektor dan lapisan masyarakat. Aktivitas dan kebutuhan sehari-hari masyarakat tetap harus terpenuhi untuk bertahan hidup, meskipun faktanya kerugian dan bahaya Covid-19 terus meresahkan masyarakat di pedesaan dan perkotaan. Tak dapat dipungkiri bahwa proses perekonomian di Indonesia khususnya pada daerah pedesaan masih harus diperhatikan karena memang masih jauh dari perkembangan di kota-kota besar. Upaya dalam mengembangkan potensi dan menghidupkan perekonomian desa untuk lebih maju bukan hanya tugas pemerintah, namun anak muda sebagai agen/generasi penerus bangsa dapat turut andil. Peningkatan sosial di suatu pedesaan perlu untuk dikedepankan karena zaman akan semakin maju dan inovasi khususnya di bidang digital akan semakin pesat. Pembaharuan yang dimaksud disini tentu salah satunya untuk mengatasi dampak Covid-19 maupun keberlangsungan desa kedepannya setelah pulih dari Covid-19.

Melalui sinergi PT Telkom Indonesia dengan Perguruan Tinggi dalam hal ini Telkom University, mengadakan sebuah kompetisi *sociopreneurship* di bidang teknologi digital dengan nama *event*, yaitu INNOVILLAGE. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk nyata dalam melahirkan *talent-talent* digital masa depan. *Event* ini mengajak para mahasiswa/i yang sedang berada di kampung halaman karena pandemi Covid-19 untuk ikut terlibat langsung membantu kesulitan masyarakat desa mereka melalui inovasi-inovasi digital yang aplikatif sehingga tercipta peningkatan kemanfaatan

sosial dan peningkatan ekonomi. *Event* INNOVILLAGE ini merupakan penerapan langsung salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi guna memajukan kesejahteraan masyarakat serta mencerdaskan kehidupan bangsa.

Secara teoritis, menurut Sulaksana (2003:83), *event* adalah suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens sasaran. Melalui *event* INNOVILLAGE ini, pesan yang hendak dikomunikasikan oleh Telkom University sudah sangatlah jelas sebagai salah satu tindakan pemulihan masyarakat desa dari kerugian situasi Indonesia saat ini dengan bantuan dari mahasiswa/i pelajar Telkom University. Selain itu, dari definisi manajemen *event* di atas, *event* ini ingin menyampaikan pesan tertentu kepada audiens yang dituju, dan disini, *event* INNOVILLAGE berusaha menggugah hati para mahasiswa/i yang sedang berada di kampung halamannya untuk membantu memberikan inovasi-inovasi yang dapat dikembangkan di desa mereka, termasuk mengadakan pelatihan untuk memberikan pengetahuan tentang peningkatan ekonomi dan sosial.

Menurut Goldblatt (dalam Kusuma, 2016: 3), manajemen *event* adalah suatu kegiatan yang mengumpulkan sekelompok orang untuk merayakan, pendidikan, pemasaran, reuni, dan bertanggung jawab untuk melakukan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan mengoordinasikan kegiatan serta pengawasan untuk merealisasikan suatu aktivitas. Dikondisi seperti ini, manajemen *event* dapat segera terealisasikan secara langsung dan itu akan menjadi satu hal yang menarik bagi

sekelompok orang. Manajemen *event* dibentuk untuk memeriahkan dari sebuah kegiatan yang sedang berlangsung serta mempererat tali silaturahmi terhadap orang-orang disekitar.

Peran humas sangat penting dalam pengambilan keputusan manajemen. Menurut Rachmadi (dalam Soemirat dan Ardianto, 2008:89), kehumasan secara struktural merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu organisasi atau perusahaan dan merupakan salah satu fungsi dari manajemen modern. Organisasi kehumasan saling berkomunikasi antar organisasi dan lembaga untuk menciptakan saling pengertian (*public understanding*) dan memberikan dukungan masyarakat (*public support*) untuk tujuan dan langkah pendirian lembaga. Semua ini menunjukkan bahwa mereka telah mengembangkan pemahaman dan itikad baik publik, memperoleh opini publik yang baik, dan menjalin hubungan yang harmonis dengan publik (Soemirat dan Ardianto, 2008:89).

Kepiawaian seorang humas dan kemampuannya terhadap keberhasilan suatu *event* memiliki keterkaitan yang erat. *Event* yang dikelola oleh seorang praktisi humas akan sangat berbeda dengan *event* yang tidak dikelola oleh praktisi humas. Keahlian seorang humas adalah unik dan tidak mudah untuk dimiliki ataupun ditiru oleh orang lain, oleh karena itu sangat penting jika suatu *event* dipegang atau dikelola secara langsung oleh praktisi humas agar dapat mengetahui secara *detail* kelemahan maupun kelebihan dari semua elemen *event* yang hendak diadakan.

Misalnya saja pada dunia bisnis, di Indonesia dunia bisnis sedang mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang luar biasa cepat, dimana sebuah pusat perbelanjaan dibangun hamper setiap tahun, khususnya di

kota-kota besar. Untuk mendekati para pengunjung, mereka menyelenggarakan sebuah *event* menarik sehingga dapat memberikan dampak positif bagi pusat perbelanjaan tersebut. Dengan demikian, *event* sebagai bagian dari tanggung jawab departemen humas perlu dikelola dengan baik.

Peneliti melihat bahwa melalui *event* ini akan melahirkan *talent-talent* digital di masa depan. Dengan mengikuti program ini, mahasiswa/i akan menjadi salah satu pionir solusi digital di desanya dan membantu desa mereka untuk lebih berkembang lagi, serta sebagai wadah untuk tetap produktif dan inovatif di tengah Pandemi Covid-19. Dengan demikian, peneliti memfokuskan penelitian ini pada proses pengelolaan *event* mulai dari tahap perencanaan, pengaplikasian, hingga evaluasi yang dilakukan oleh INNOVILLAGE.

Pemanfaatan momentum Covid-19 dan objek yang mereka garap sebagai fondasi pada *event* ini cukup tepat dan sesuai dengan penerapan dari pengelolaan *event* yang efektif. Kegiatan ini juga dinilai sangat positif dan dapat mendongkrak kepercayaan bagi penduduk pedesaan untuk terus berkembang dan maju. Perubahan nyata di masa mendatang membuat peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengelolaan *event* INNOVILLAGE.

Berdasarkan pra-riset yang peneliti lakukan, dapat terlihat bahwa proses pelaksanaan dilakukan secara virtual. Faktor pendukung maupun faktor penghambat pada kegiatan ini menjadi bagian dari fokus penelitian, dimana pada hasil pra-riset diketahui bahwa Telkom University menerapkan pengelolaan *event* yang cukup mumpuni. Dalam kajian penelitian ini, peneliti

berupaya untuk menggambarkan seluruh rangkaian aktivitas yang mereka lakukan mulai dari tahap riset, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Melalui penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan gambaran pengelolaan event khususnya secara virtual pada masa pandemi. Oleh karena itu, peneliti mengangkat penelitian ini dengan judul “**Analisis Pengelolaan Event Innovillage Telkom University pada Masa Pandemi Covid-19**”.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1 Hubungan Masyarakat

Menurut Gassing dan Suryanto (2016:7), Humas didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang melakukan tugas-tugas berikut evaluasi sikap publik dan penyesuaian prosedur serta kebijakan kerja perusahaan organisasi atau individu dengan kepentingan publik dan implementasi rencana aksi, untuk memperoleh pengakuan dan pemahaman publik. Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa Humas merupakan fungsi manajemen yang berkaitan dengan tanggung jawab untuk memelihara dan membangun pengertian antara perusahaan dan karyawannya.

Cutlip, Center, & Broom (dalam Gassing dan Suryanto, 2016:9) mendefinisikan Humas sebagai pekerjaan perencanaan yang mempengaruhi opini melalui karakter yang baik dan dilandasi tindakan yang bertanggung jawab komunikasi dua arah yang saling memuaskan. Oleh karena itu, komunikasi dua arah adalah kewajiban yang harus dilakukan oleh Humas, dan komunikasi dua arah yang baik memungkinkan untuk masyarakat dapat memahami apa yang diinginkan oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat memahami kebutuhan masyarakat yang

diinginkan, sehingga akan mempengaruhi citra serta penjualan.

Menurut *Internasional Public Relations Association*, hubungan masyarakat adalah suatu fungsi manajemen yang khas serta mendukung pembinaan/pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen agar mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan teknologi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Ruslan, 2016: 16).

2.1.2 Event

Event adalah acara untuk memperingati hal-hal penting, entah itu dalam kehidupan pribadi atau kelompok yang terikat pada adat istiadat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu dan melibatkan lingkungan komunitas yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2013: 8). Menurut Getz (dalam Noor, 2013:9), peristiwa adalah suatu kegiatan tidak konvensional dan berbeda dari aktivitas kehidupan sehari-hari kemanusiaan. *Event* tersebut diadakan karena ada momen-momen tertentu untuk diperingati oleh kelompok atau individu. Bersamaan dengan itu, Hardiman (2006: 38) menyatakan bahwa *event* bertujuan untuk memperkenalkan atau untuk mempromosikan sesuatu kepada komunitas. Menurutnya, sebuah *event* memerlukan biaya yang besar, maka dari itu sebuah *event* didukung dan dibiayai oleh pihak sponsor. Dikarenakan kebutuhan biaya yang tidak

sedikit, maka peran sponsor sangat penting untuk kelancaran sebuah acara.

Dalam penyelenggaraan sebuah event dibutuhkan sebuah promosi dengan tujuan yang telah ditetapkan. Promosi sebagai media pemasaran membutuhkan perencanaan untuk mencapai tujuannya. Nickels dalam Swastha & Irawan (2008: 349) percaya bahwa promosi adalah aliran informasi atau untuk membimbing individu atau organisasi untuk tindakan menghasilkan komunikasi dalam pemasaran. Promosi sangat penting dalam suatu kegiatan karena memberikan informasi kepada masyarakat luas untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Proses pemasaran yang sukses mencakup tiga tahap yaitu segmentasi, targeting dan *positioning*.

2.1.3 Manajemen Event

Manajemen event dianggap sebagai salah satu strategi dan alat komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dari semua ukuran. Perusahaan meluncurkan aktivitas promosi untuk membantu mereka mengkomunikasikan produk dengan pelanggan atau konsumen di satu tempat atau secara mobile. Dalam arti sempit, peristiwa diartikan sebagai pameran atau pertunjukan. Namun secara garis besar, peristiwa diartikan sebagai periode kegiatan organisasi melalui perkenalan dengan orang. Menurut Abdullah (2009:146), perencanaan penyelenggaraan event harus memasukkan unsur 5W + 1H, yaitu: what, when, where, why who, dan how, apa nama acaranya dan kapan diadakan, dimana acara itu akan diadakan, mengapa diadakan, dan kemudian Siapa yang akan berpartisipasi dan menjadi incaran, dan akhirnya cara penyelenggaraan acara tersebut. Menurut Noor (2009:179), Manajemen acara adalah penyelenggaraan suatu kegiatan yang

diselenggarakan oleh suatu komunitas atau lembaga, mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga penyelesaian kegiatan dikelola secara profesional, efisien dan efektif. Saat menyelenggarakan sebuah acara, seseorang harus memahami esensi konsep yang telah dikuasai agar dapat memahami secara luas *event* tersebut.

2.1.4 INNOVILLAGE

INNOVILLAGE merupakan kompetisi sociopreneurship di bidang teknologi digital melalui sinergi PT Telkom Indonesia dengan Perguruan Tinggi dalam hal ini Telkom University, dengan menggugah mahasiswa yang sedang berada di kampung halamannya (akibat pandemi Covid-19) untuk berpartisipasi langsung untuk membantu mengatasi penderitaan masyarakat pedesaan. Event ini bentuk dari mengaplikasikan inovasi digital untuk menciptakan manfaat sosial dan pertumbuhan ekonomi yang lebih besar. Kegiatan ini juga merupakan salah satu bentuk spesifik untuk menumbuhkan talenta talenta digital di masa depan. *Event* INNOVILLAGE sendiri, dilakukan secara virtual, melalui zoom meeting dengan para peserta dan pembimbing.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah paradigma *post-positivisme*. Menurut Philips & Burbules (dalam Creswell 2010:9) pemikiran post-positivisme menentang gagasan tradisional tentang kebenaran absolut ilmu pengetahuan, dan mengakui bahwa kita tidak bisa terus menjadi “orang yang yakin/positif” pada klaim-klaim kita tentang pengetahuan ketika mengkaji perilaku dan tindakan manusia. Alasan peneliti memilih untuk mengembangkan pernyataan ini karena lebih

relevan dan bersangkutan dengan objek penelitian, serta dapat dijelaskan secara objektif melalui pendekatan *post-positivisme*. Selain itu, *post-positivisme* menjadikan observasi sebagai unsur utama dari metode penelitian, dan memiliki hubungan yang dekat antara teori dengan bukti yang membuat pernyataan lebih relevan. Dalam penelitian *post-positivisme*, dapat menggunakan prinsip triangulasi, yaitu menggunakan bermacam-macam metode, sumber data dan data sebagai bentuk dalam penelitian. Peneliti meyakini bahwa paradigma *post-positivisme* merupakan paradigma yang cocok untuk pendekatan yang sesuai dengan pilihan peneliti yaitu pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengamati setiap masalah dengan *post-positivisme*. Dan dari paradigma *post-positivisme*, peneliti berusaha untuk menganalisis proses manajemen *event* pada kegiatan INNOVILLAGE yang diselenggarakan oleh Telkom University

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian Deskriptif. Menurut Saryono (2010:1), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan oleh pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2011:9) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan tri-

anggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Alasan peneliti menggunakan metode dan jenis penelitian ini karena peneliti ingin memberikan gambaran yang faktual terhadap analisis pengelolaan *event* INNOVILLAGE Telkom University 2020, melihat bahwa pendekatan kualitatif cocok pada penelitian ini.

Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Bangjin (dalam Ibrahim, 2015: 81), observasi atau pengamatan merupakan aktivitas manusia sehari-hari. Selain alat indera lain seperti telinga, hidung, mulut dan kulit, mata juga digunakan sebagai alat bantu utama. Pengamatan adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan daya pengamatannya sendiri melalui kerja inderanya sendiri, dan dibantu oleh panca indera lainnya. Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2015:72) Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi atau gagasan melalui tanya jawab sehingga dapat menjadi kesimpulan atau makna dari suatu topik tertentu. Menurut Sugiyono (2017:194), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan, pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit. Dokumentasi menurut Sugiyono (2015: 329) adalah suatu metode untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, angka dan gambar tertulis serta dalam bentuk laporan dan sumber

informasi khusus yang dapat mendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada masa pandemi, Telkom University bersama Alumni *Endowment* Universitas Telkom merancang untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat untuk pada mahasiswa yang sedang berada di kampung halamannya masing masing. *Event* ini dilakukan secara *online*, agar berjalan sesuai protokol. INNOVILLAGE merupakan *pilot project event*, yang kedepannya diharapkan akan membantu sesama. Awal mula terbentuknya *event* ini berawal dari tercetus ide dikarenakan ingin membangun tingkat kehidupan ekonomi dan sosial pada suatu pedesaan, mengingat banyak pedesaan yang masih minim pengembangan dan jauh dari kemajuan yang ada di kota. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki empat informan yang terdiri dari satu informan kunci yang berasal dari PIC *event* INNOVILLAGE Telkom University yaitu Abd. Rahman N (PIC *Event* INNOVILLAGE). Untuk memperkuat informasi yang dimiliki serta menemukan informasi lain yang tidak diberikan oleh informan kunci, peneliti juga mengambil informasi dari informan ahli yang merupakan seorang yang bergerak pada bidang manajemen *event*, yaitu Ramadhan Jaka Perkasa yang sudah bergelut selama kurang lebih 13 tahun di dalam lingkup penyelenggaraan *event*. Serta peneliti juga menambahkan informan pendukung yaitu Bayu Kurnia Pratama dan Siti Hana Fajarwati yang merupakan peserta *event* INNOVILLAGE Telkom University 2020. *Event* INNOVILLAGE Telkom University 2020 adalah *pilot project* dari Alumni & *Endowment* Telkom University yang baru

dilaksanakan tahun 2020. *Event* ini langsung tercetus ketika para panitia sedang berkumpul, dan terbahas lah pemikiran untuk membangun *event* yang dapat memberi manfaat pada khalayak di pedesaan dan memberikan mahasiswa suatu *project* agar di masa pandemi ini dapat membantu membangun di segi ekonomi dan sosial khususnya di desa tempat masing-masing tinggal. *Event* ini dilaksanakan secara virtual, dikarenakan ketidakmungkinan menyelenggarakan secara langsung. Pandemi ini membuat banyak khalayak merasa merugi, pertama pada lingkup ekonomi dan sosial yang sangat terganggu, dikarenakan manusia adalah makhluk yang sangat membutuhkan sosialisasi terhadap lingkungan sekitar. *Event* ini mengajarkan untuk dapat membantu dan berbagi dengan sesama, dan membangun khalayak desa yang masih tertinggal dari kemajuan yang ada di kota. *Event* ini mencakup dari 29 provinsi dan pada akhirnya terpilih 100 peserta dari 22 provinsi. Banyaknya peserta yang mendaftar pada kompetisi ini, tentu membawa banyak keberuntungan bagi desa yang dikembangkan, yaitu menolong pedesaan agar tetap maju.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti jabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa *event* INNOVILLAGE ini diadakan untuk memberikan wadah kepada mahasiswa Telkom agar menyalurkan ide kreatif dan inovasi di bidang teknologi digital. Pada dasarnya, mahasiswa terbentuk untuk memberikan ilmu dan membantu sesama, sehingga banyak yang minat untuk mengikuti kompetisi *sociopreneurship* dari *event* INNOVILLAGE ini.

Panitia INNOVILLAGE memikirkan terbentuk nya konsep manajemen *event* yang dimana ada lima tahapan dalam membentuk suatu *event* tersebut. Tahap pertama ialah melakukan riset yang dimana mencari *event* yang bertemakan *social experiment* yang dapat mendongkrak minat mahasiswa. Pada tahap kedua yaitu menentukan konsep dan tema, dimana tema yang dipilih adalah peningkatan ekonomi suatu daerah dan kehidupan sosial. Tema tersebut dipilih dikarenakan efek yang diberi oleh epanдеми ini sangat luas dampaknya, yang kerugiannya banyak yang merasakan, maka dari itu tema tersebut mengartikan untuk saling bangun membangun kehidupan dari segi ekonominya dan sosial di suatu pedesaan. Tahap ketiga yaitu perencanaan, dimana *event* ini merupakan *pilot project* yang didiskusikan untuk dirancang karena adanya pandemi, *event* ini terbentuk agar desa yang menjadi spot dapat merasakan dampak perubahannya terlebih di bagian ekonomi dan sosialnya. Tahap keempat adalah koordinasi yang dilakukan oleh panitia dengan para peserta, pihak sponsor, dan media partner melalui dua media sosial, yaitu via *whatsapp*, dan *zoom meeting*. Pada tahap terakhir yaitu evaluasi, penyelenggara mendapatkan *feedback* positif dari para peserta yang dimana sangat tidak menyangka jika *event* INNOVILLAGE yang daftar hingga melebihi dari target yang sudah ditetapkan, dan *event* ini dapat menjadi adu ide antara tim satu dengan tim lainnya. Permasalahan pada *event* INNOVILLAGE tersebut adalah pelaksanaannya yang sempat terganggu dikarenakan waktu didaerah atau di provinsi masing masing tidak sama, dan hal lain juga menjadi permasalahan seperti pelaksanaan yang terkadang ada suatu

keterlambatan yang diakibatkan pengiriman barang yang telat datang disuatu desa. Lalu dari sinyal pada setiap wilayah berbeda, dan komunikasi yang sulit dikarenakan hambatan sinyal, sehingga kurang efektif dalam berkomunikasi antara peserta dengan dosen yang membimbing.

REFERENSI

- Abdullah, Iqbal Alan. 2009. *Manajemen Konferensi dan Event*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Almanshur Fauzan, & Ghony Djunaidi. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Goldblatt, Joe. 2002. *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management (3rd ed.)*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gassing, Syarifiddin. & S. Suryanto, 2016. *Publik Relation*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah PR, Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagas Ulung Internasional.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Moleong, Lexy J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Noor, Any. 2013. *Manajemen Event edisi revisi*. Bandung: Alfabeta,cv.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rasyad, Rasdiyan. 2002. *Metode Statistik Deskriptif untuk Umum*. Jakarta: Grasindo.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Saryono, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Kusuma, Andre Eka. 2016. *Analisis Manajemen Event Festival Masyarakat Pesisir Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang dalam Meningkatkan Wisatawan*. <https://dspace.uui.ac.id/>. diakses pada 25 November 2020.
- Pangestu, Riwangga Wildan. 2018. *Analisis Manajemen Event Jogja Fashion Festival 2016 Untuk Penguatan Citra Plaza Ambarrukmo Sebagai Trendsetter Fashion di Yogya*. <https://dspace.uui.ac.id/>. diakses pada 25 November 2020.
- Sirait, Nelly Monika. 2018. *Pengelolaan Special Event Ideafest 2015 Creativity With Purpose Dalam Mendukung Industri Kreatif Indonesia*. <https://repository.unpad.ac.id/>. diakses pada 25 November 2020.
- Virginia, Gina. 2016. *Pengelolaan Event Celebrate Service Week 2015 Oleh Human Resources Department Di Hotel Holiday Inn Bandung*. <https://repository.unpad.ac.id/>. diakses pada 25 November 2020.
- Wijyaningrum, Satwika Rosyida. 2016. *Analisis Manajemen Event Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara*. <https://dspace.uui.ac.id/>. diakses pada 25 November 202

