

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pandemi Covid-19 yang pertama kali ditemukan di Wuhan, China saat ini sudah menyebar ke seluruh negara di dunia, salah satunya adalah Indonesia. Berdasarkan berita yang dikutip dari halaman berita *online* kompas.com, Kasus Covid-19 di Indonesia pertama kali diumumkan oleh pemerintah pada 2 Maret 2020, bahwa sudah terkonfirmasi dua kasus pasien positif Covid-19 di Indonesia. Sehingga, pemerintah memutuskan untuk menutup rantai penularan dengan memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Ihsanuddin 2020).

Pemerintah menganjurkan semua orang untuk melakukan *social distancing* dan selalu mematuhi berbagai protokol kesehatan. Masyarakat menerapkan berbagai kebiasaan di antaranya sekolah yang dilakukan secara *online*, selalu menjaga jarak di berbagai tempat, penerapan protokol kesehatan di setiap tempat, bekerja dengan sistem *offline online* dan lain sebagainya. Pada intinya, keadaan ini meminimalisir terjadinya kontak fisik antar manusia agar tidak memperluas penularan virus ini. Sehingga dibutuhkan kerjasama antara pemerintah dan masyarakat untuk selalu menaati protokol kesehatan agar pandemi ini segera berakhir.

Kondisi pandemi Covid-19 merubah berbagai cara atau kebiasaan baru dalam berbagai bidang, perubahan tersebut tentu saja memberikan pengaruh yang cukup besar, salah satunya pada *event*. *Event* yang awalnya bisa diselenggarakan secara *offline*/tatap muka, harus dialihkan menjadi virtual di mana *event* diselenggarakan dengan menggunakan media digital. Perubahan pelaksanaan *event* dari *offline* menjadi *online* memiliki beberapa tujuan atau alasan di antaranya sebagai sarana untuk mengakomodasi peserta acara yang tidak dapat hadir secara langsung, tidak dapat memenuhi biaya pengeluaran, dan suatu permasalahan lainnya (Layman 2020).

Dari beberapa alasan tersebut, kondisi pandemi Covid-19 menjadi salah satu alasan utama atas perubahan konsep *event*. Berubahnya *event offline* menjadi *online* ini selain untuk tetap menjaga eksistensi, di sisi lain juga menyesuaikan

dengan keadaan dan peraturan pemerintah yang berlaku untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19. Segala konten yang disampaikan dalam *virtual event* menggunakan media digital. Media digital ini dapat membantu baik dalam proses promosi, pelaksanaan hingga pasca acara.

Pondok Pesantren Bayt Al-Hikmah berdiri pada tahun 2010 yang menyelenggarakan pendidikan formal SMP, SMA dan SMK berbasis pesantren. Pondok ini berlokasi di Kota Pasuruan, Jawa Timur (Bayt Al-Hikmah 2021). Berdasarkan pernyataan dari HM Isyad Yusuf, Pasuruan sendiri memiliki julukan Kota Santri karena memiliki banyak pondok pesantren dan madrasah yang dipenuhi oleh para santri (Emil 2017). Banyaknya pesaing tersebut, pemilihan *Integrated Marketing Communication tool* menjadi penting untuk dipertimbangkan oleh setiap pelaku bisnis.

Bayt Al-Hikmah merupakan salah satu pondok pesantren yang masih baru di Kota Pasuruan, sehingga diperlukan beberapa *Integrated Marketing Communication tool* untuk meningkatkan *awareness* dari pondok pesantren tersebut. Berdasarkan wawancara dengan Ning Widad selaku wakil kepala pondok pesantren Bayt Al-Hikmah, Kegiatan yang sudah dijalankan antara lain melalui baliho, radio, *word of mouth*, *event*, majalah NU, Website dan sosial media (Youtube).

Berdasarkan wawancara dengan Ning Widad, pengaruh peningkatan jumlah pendaftar setelah adanya Dolanan Yok! menjadi meningkat. Hal ini disebabkan karena ketika Dolanan Yok! diselenggarakan, setiap peserta maupun *supporter* boleh memasuki lingkungan pondok. Hal pertama yang dilakukan adalah panitia akan mengajak mereka untuk mengelilingi lingkungan pondok. Selain itu, peserta Dolanan Yok! akan bisa melihat betapa produktifnya santri selama *event* berlangsung. Banyak santri yang dulunya merupakan peserta Dolanan Yok! yang saat ini sudah bersekolah di pondok pesantren Bayt Al-Hikmah.

Hal ini menjadikan Bayt Al-Hikmah memilih menyelenggarakan *event* sebagai *Integrated Marketing Communication tool* untuk membangun komunikasi yang lebih efektif dengan target audiens nya. Selain dapat berinteraksi secara langsung dengan target audiens, adanya media yang mempublikasikan *event* tersebut juga memberikan pengaruh yang cukup besar.

Selama menyelenggarakan *event*, pelaku bisnis dapat terlibat dengan banyak pihak. Seperti konsumen, media hingga pemerintahan juga bisa terlibat di dalamnya. Banyaknya pihak yang terlibat juga dapat menguatkan *awareness* dari bisnis tersebut. Selain itu, *event* juga dapat meningkatkan citra positif dimana pelaku bisnis dapat berkomunikasi langsung dengan konsumennya

Event yang diadakan oleh pondok tersebut adalah festival Dolanan Yok!. Tujuan awal diselenggarakan festival ini selain untuk mempromosikan Bayt Al-Hikmah, adalah agar dolanan atau permainan tradisional ini tidak punah di tengah serbuan gadget dan permainan digital di tengah masyarakat. Kegiatan ini melombakan beberapa jenis permainan tradisional di antaranya gasing, egrang, gobak sodor, bantik, benteng-bentengan dan lainnya (Lintartika 2019).

Festival Dolanan Yok! merupakan ikon dari Bayt Al-Hikmah, sehingga panitia selalu memaksimalkan kegiatan di setiap tahunnya baik dari segi peserta, kualitas permainan yang dipertunjukkan, konsep acara, hingga berbagai hiburan tambahan dalam *event* tersebut seperti festival makanan, pertunjukan dan lain sebagainya. Sampai saat ini festival Dolanan Yok! sudah diselenggarakan secara rutin selama empat tahun berturut-turut. Adapun jadwal festival Dolanan Yok! yaitu:

Tabel 1. 1

Jadwal Festival Dolanan Yok!

No	Nama Kegiatan	Tempat Kegiatan	Waktu Kegiatan	Jumlah Peserta
1	Festival Dolanan Yok! 1	Pondok Pesantren Bayt Al-Hikmah	04 Februari 2017	200 siswa
2	Festival Dolanan Yok! 2	Pondok Pesantren Bayt Al-Hikmah	20-21 Januari 2018	250 siswa
3	Festival Dolanan Yok! 3	Pondok Pesantren Bayt Al-Hikmah	26-27 Januari 2019	600 siswa
4	Festival Dolanan Yok! 4	Pondok Pesantren Bayt Al-Hikmah	25-26 Januari 2020	1800 siswa

Sumber: Olahan Penulis berdasarkan Data Panitia Dolanan Yok! 1-4

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat peningkatan yang cukup signifikan dari jumlah peserta yang berpartisipasi pada *event* tersebut. Peningkatan jumlah peserta juga jumlah siswa pendaftar di Bayt Al-Hikmah menjadi alasan bahwa *event* Dolanan Yok! adalah salah satu *Integrated Marketing Communication tool* yang dapat meningkatkan *awareness* dari Bayt Al-Hikmah.

Berdasarkan wawancara dengan ketua pelaksana Dolanan Yok! Virtual Edition dan beberapa informasi yang didapatkan dari Internet (portal berita online dan sosial media, berikut adalah perkembangan festival Dolanan Yok! di setiap tahunnya.

Pada tahun pertama penyelenggaraan Dolanan Yok!, panitia pelaksana yang berasal dari OSIS Bayt Al-Hikmah, hanya memfokuskan penyebaran informasi hanya pada 10 sekolah dasar di kota Pasuruan. Permainan tradisional yang diperlombakan pun tidak banyak dan tidak bekerjasama dengan pihak sponsor maupun *media partner* manapun. Penyebaran informasi dilakukan oleh panitia dari sekolah ke sekolah tanpa menggunakan media sosial.

Gambar 1. 1

Suasana Festival Dolanan Yok! 2



Sumber: Instagram @bayhievent. Diakses pada 16 Januari 2021

Setelah menilai adanya respon positif dari masyarakat. Panitia Festival Dolanan Yok! 2 mulai meningkatkan performa dengan memperluas penyebaran informasi di sekolah dasar baik kota maupun kabupaten Pasuruan dan menambah jenis permainan tradisional yang diperlombakan menjadi 10 jenis. Bahkan di hari kedua, *event* ini dihadiri oleh Walikota Kota Pasuruan, Bapak Setiyono. Selain itu, *event* ini juga mendapatkan enam sponsor (Nurul Hidayatullah 2018).

Gambar 1. 2
Suasana Festival Dolanan Yok! 3



Sumber: Instagram @bayhievent. Diakses pada 16 Januari 2021

Pada tahun 2019, Festival Dolanan Yok! 2019 dinyatakan menjadi suatu festival lomba permainan tradisional terbesar yang melibatkan SD dan SMP se-Jawa Timur (Bayt Al-Hikmah 2019). Festival ini juga diselenggarakan selama dua hari berturut-turut dan memperlombakan 13 jenis permainan tradisional. Festival Dolanan Yok! 3 ini mendapatkan apresiasi dari beberapa tokoh masyarakat di antaranya Wakil Walikota Pasuruan, Ketua DPRD Kota Pasuruan, Bupati Pasuruan dan Sekretaris Daerah Kota Pasuruan (Diskominfo Kota Pasuruan 2019).

Gambar 1. 3
Suasana Festival Dolanan Yok! 4



Sumber: Instagram @bayhievent. Diakses pada 16 Januari 2021

Lalu, pada tahun 2020 Festival Dolanan Yok! 4 juga diselenggarakan selama dua hari berturut-turut. *Event* ini diikuti oleh ribuan peserta yang berasal dari pelajar MI/SD wilayah kota dan kabupaten Pasuruan hingga SMP/MTS yang se-Jawa Timur. Bahkan, target peserta melebihi hingga 2000 lebih peserta. Perlombaan yang diselenggarakan pun menjadi lebih beragam, selain permainan tradisional, panitia menambahkan lomba milenial mulai dari vlog, mural, mading 3D dan fotografi. Selain itu *event* ini juga bekerjasama dengan 18 sponsor dan 7 *media partner*. Pada Dolanan Yok! 4, Alissa Wahab (putri pertama Gus Dur) dan Irsyad Yusuf (Bupati Kabupaten Pasuruan) memberikan apresiasi dengan menghadiri *event* tersebut dan mengatakan bahwa *event* tersebut sangat bagus dan sangat inspiratif (Meilisa 2020)

Berdasarkan penjelasan tersebut, perkembangan yang selalu terjadi di setiap tahunnya menjadikan festival Dolanan Yok! ini suatu *Integrated Marketing Communication tool* yang dilakukan oleh pondok pesantren Bayt Al-Hikmah dalam membangun *awareness* di masyarakat. *Event* menjadi salah satu *Integrated Marketing Communication tool* yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis. Karena di dalam *event*, selain dapat mempublikasikan merek, pelaku bisnis juga dapat menciptakan interaksi personal dengan setiap pengunjung. *Event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh berbagai pihak tertentu dengan tujuan memberikan pengalaman kepada setiap pengunjung yang hadir. Pengalaman tersebut harus mampu memberikan kesan positif dan mendalam serta mampu disimpan dalam memori pengunjung dalam waktu yang lama (Anzani and Ali 2019).

Namun, di tengah antusiasme yang tinggi dari pondok pesantren dalam membangun *awareness*, pandemi Covid-19 menjadikan *event* ini tidak dapat diselenggarakan secara *offline*. Berdasarkan kondisi tersebut, panitia Dolanan Yok! membuat strategi baru agar *event* tetap dilaksanakan secara rutin namun dengan konsep yang disesuaikan dengan situasi pandemi tanpa menghilangkan esensi awal diselenggarakannya *event* tersebut.

Kondisi pandemi Covid-19 menjadi salah satu contoh dari adanya peningkatan ketidakhadiran yang menjadikannya faktor untuk menyelenggarakan *virtual event*. *Virtual event* menjadi metode inovatif dan layak secara efektif dan

efisien untuk memenuhi kebutuhan organisasi (Pearlman and Gates 2010). Sehingga, panitia akhirnya memutuskan untuk mengganti konsep menjadi Dolanan Yok! Virtual Edition yang merupakan *virtual event*.

Dolanan Yok! Virtual Edition dikonsepsi dengan menyesuaikan era digital dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan media sosial dalam mengembangkan semangat berkarya di tengah pandemi. Dolanan Yok! Virtual Edition merupakan kompetisi hasil karya setiap siswa dalam berbagai jenis perlombaan. Tema yang diusung adalah berkarya dan berprestasi di era pandemi. Dolanan Yok! Virtual Edition diselenggarakan untuk tingkat SD/MI, SMP/MTS, SMA/MA dan SMK/MAK tingkat nasional. Tujuan yang ingin dicapai di antaranya mempromosikan Bayt Al-Hikmah, mengembalikan semangat berkarya dan berprestasi di era pandemi, memperingati hari ulang tahun Bayt Al-Hikmah ke-10, Membentuk karakter generasi milenial yang produktif, inovatif dan kompetitif, Memberikan pengalaman berkompetisi untuk mencapai sumber daya yang unggul, dan terakhir adalah menumbuhkan etos berkarya. Bentuk kegiatannya adalah perlombaan virtual tingkat nasional. Adapun jenis perlombaan yang dilombakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2

Jenis-jenis perlombaan Dolanan Yok! Virtual Edition

SD/MI	SMP/MTS	SMA/MA, SMK/MAK
Menggambar	Fotografi	<i>Cover music</i>
<i>Fashion Show</i>	<i>Vlog</i>	Teater monolog
Menghias masker	<i>Podcasts</i>	Short movie
Menyanyi lagu nusantara	<i>Cover music</i>	Essay
Membaca Puisi	<i>Story telling</i>	
Tari Tunggal	Poster digital	

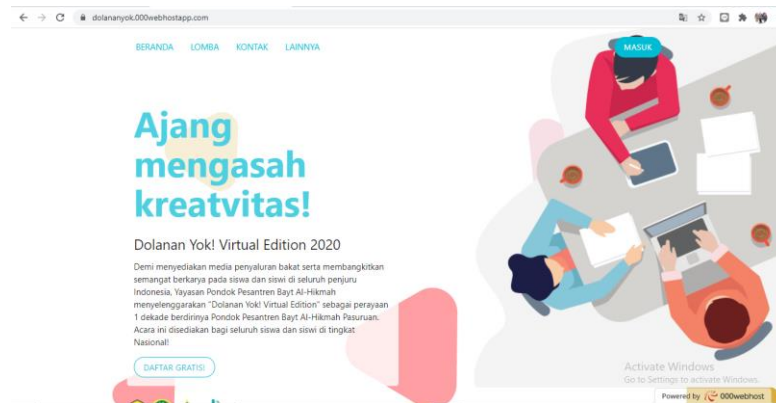
Sumber: <http://dolananyokve.rf.gd/>. Diakses pada 13 Oktober 2020

Rangkaian Dolanan Yok! Virtual Edition dimulai dengan pengumpulan karya pada tanggal 7 Oktober-31 Desember 2020 dan akan ditutup dengan pengumuman pemenang serta *closing ceremony* pada tanggal 15 Januari 2021. Pengumpulan karya serta persyaratan untuk mengikuti kompetisi ini dengan jelas tertera pada Website (<http://dolananyokve.rf.gd/>) yang telah dibuat oleh panitia dan dapat diakses oleh semua orang. Setiap siswa yang memenuhi syarat bisa

mengikuti kompetisi ini secara gratis. Selain untuk mempromosikan Bayt Al-Hikmah, penyelenggara acara pun ingin memberikan sebuah apresiasi bagi siswa/i akan karya yang mereka buat khususnya dalam masa pandemi ini.

Gambar 1. 4

Tampilan Beranda Website Dolanan Yok! Virtual Edition



Sumber: <http://dolanyokve.rf.gd/>. Diakses pada 13 Oktober 2020

Dolanan Yok! Virtual Edition ini diselenggarakan melalui Website. Setiap peserta yang ingin mengikuti kompetisi, dapat mengaksesnya melalui Website yang telah disediakan. Mulai dari proses pendaftaran hingga pengumpulan hasil karya. Peserta juga dapat mengetahui berbagai jenis perlombaan juga persyaratan yang harus dipenuhi untuk mengikuti kompetisi tersebut. Selain itu, peserta juga dapat melihat hasil karya peserta lainnya yang tersedia di salah satu fitur dalam Website ini.

Sehingga, melihat dari fenomena tersebut, masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pondok pesantren Bayt Al-Hikmah tetap membangun *awareness* melalui sebuah *event* Dolanan Yok! yang menjadi ikon pondok pesantren tersebut. *Event* yang awalnya tatap muka harus beradaptasi menjadi sebuah *virtual event* disebabkan kondisi pandemi Covid-19.

Tabel 1. 3

Data Santri Bayt Al-Hikmah Beserta Asal Daerah

No	Daerah	Jumlah Santri		
		SMP Bayt Al-Hikmah	SMA Bayt Al-Hikmah	SMK Bayt Al-Hikmah
1	Jawa Timur	451	381	56

2	Jawa Tengah	4	2	1
3	JABODETABEK	10	7	1
4	Sumatera dan Kepulauan Riau	5	3	1
5	Kalimantan	13	5	4
6	Sulawesi dan Papua	3	4	-
7	Bali dan Nusa Tenggara	10	9	2
8	Belanda	2	1	-
9	Kuala Lumpur	1	-	-

Sumber: Olahan penulis berdasarkan data dari TU Pesantren Bayt Al-Hikmah

Alasan selanjutnya yaitu berdasarkan tabel di atas yang menunjukkan jumlah santri Bayt Al-Hikmah beserta asal daerah mereka. Hal ini menjadi alasan peneliti memilih Pondok Pesantren Bayt Al-Hikmah sebagai subjek penelitian. Bayt Al-Hikmah memiliki target audiens yang luas, dibuktikan dengan santri di Bayt Al-Hikmah yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia bahkan luar negeri misalnya Belanda dan Malaysia.

Selain itu, Dolanan Yok! Virtual Edition ini merupakan pergantian konsep *event* dari *offline* menjadi *online*. *Event* ini penting bagi Bayt Al-Hikmah dalam meningkatkan *awareness* akan pondok pesantren tersebut dan juga dalam membangun komunikasi yang efektif dengan target audiens yang ingin dicapai.

Berdasarkan latar belakang yang sudah ditulis oleh peneliti, peneliti tertarik untuk memilih judul “Penyelenggaraan Event Dolanan Yok! Edisi Virtual Di Semasa Pandemi Covid-19”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang, fokus penelitian dalam penelitian ini adalah Bagaimana penyelenggaraan *event* Dolanan Yok! edisi virtual di semasa pandemi Covid-19.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang ditetapkan adalah:

Bagaimana penyelenggaraan *event* Dolanan Yok! edisi virtual di semasa pandemi Covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui penyelenggaraan *event* Dolanan Yok! edisi virtual di semasa pandemi Covid-19.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai kegiatan *Marketing Communication* dalam bidang acara dan pengalaman, sebagai *Integrated Marketing Communication tool* yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Bayt Al-Hikmah melalui *event* Dolanan Yok! Edisi Virtual.

1.5.2 Secara Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu ide atau gagasan juga masukan dan saran untuk Pondok Pesantren Bayt-Al Hikmah mengenai bagaimana memanfaatkan teori tentang *event* untuk membuat *event* Dolanan Yok! di tahun selanjutnya.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan pemasaran dalam bidang *event*. Peneliti juga dapat memahami bagaimana cara memanfaatkan teori dalam bidang *event*.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada Oktober 2020 sampai peneliti melakukan sidang skripsi pada Juni 2021

Tabel 1. 4
Waktu dan Tahapan Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Menentukan fenomena dan judul penelitian	■								
2	Pengumpulan informasi awal untuk penelitian	■	■							
3	Menyusun proposal skripsi Bab I- Bab III	■	■	■						
4	Pendaftaran Desk Evaluation				■					
5	Pengumpulan data dari wawancara dengan informan kunci dan pendukung.					■	■			
6	Analisis data berdasarkan unit analisis, dan indikator yang telah ditentukan						■	■	■	
7	Penyelesaian data melalui kesimpulan penelitian dan saran								■	
8	Sidang Skripsi									■

Sumber: *Olahan Peneliti, 2021*