

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

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.

Ada beberapa komunitas lari di Indonesia seperti misalnya *Indo Runners*, komunitas lari ini relatif besar di Indonesia. Anggotanya terdapat pemula, profesional, tua, muda, laki- laki & perempuan. Komunitas lari *Indo Runners* juga terdapat di Bandung, yaitu *Indo Runners Bandung*. Selain itu, *Telkom Group* juga memiliki komunitas lari se Indonesia yaitu *Telkom Runners*. Lalu untuk *Telkom University* itu sendiri memiliki komunitas lari yaitu *We Are Tunners*.

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. Menurut Zalfa Nadia selaku anggota divisi humas pada virtual *Run event*, ia menyatakan bahwa Telkom University Virtual *Run* terselenggara karena adanya Covid-19.

“Proses terselenggara acara ini adalah awalnya Telkom University Half Marathon, tetapi karena pada bulan Maret ke April sudah terjadi pandemi maka akhirnya diselenggarakan secara virtual.” (Hasil wawancara dengan Zalfa Nadia pada tanggal 15 Oktober 2020).



Gambar 1 1 Poster Telkom University Virtual Run 2020  
(Sumber: <https://www.instagram.com/telkomuniversityrun/>)

Sebelum menggelar acara ini, beberapa dari panitia Telkom University Virtual *Run* 2020 telah melakukan riset terlebih dahulu dengan terjun langsung mengikuti *event* virtual lari serupa agar mereka mengetahui seperti apa konsep virtual itu. Menurut Fandi Achmad selaku ketua Telkom University Virtual *Run* 2020, ia menyatakan bahwa ia dan tim mengikuti beberapa *event* lari serupa.

“Risetnya itu benar-bener kita terjun langsung. Kita jadi peserta, kita daftar di websitenya, terus kita analisis gimana websitenya, terus sistematikanya kaya gimana, larinya, submitnya, pengiriman race pack dan medali kaya gimana kita analisis disitu.” (Hasil wawancara dengan Fandi Achmad pada tanggal 18 Desember 2020).

Tema dan konsep dari TUVR 2020 ini yaitu menonjolkan warna identik dari Telkom University seperti warna merah, abu-abu dan putih. Selain itu, *event* 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 TUVR2020, 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.

Telkom University Virtual *Run* 2020 diadakan sekaligus untuk memeriahkan HUT Telkom University yang ke-7, diadakan untuk tujuan tertentu yaitu dengan tujuan perayaan. Seperti yang dikatakan oleh Noor (2013:8) bahwa *event* adalah acara yang diadakan untuk memperingati hal-hal penting dan diadakan dalam *kuRun* waktu tertentu.

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.

Menurut Gassing dan Suryanto (2016:109) manajemen *public relations* adalah proses penyelidikan, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatankomunikasi yang didukung oleh sebuah organisasi. *Public relations* adalah manajemen komunikasi antara organisasi dan publik. Definisi lain dari *public relations* yaitu sebagai fungsi manajemen yang memanfaatkan komunikasi untuk membantu mengelola interaksi dengan masyarakat umum. Fungsi manajemen ini mencakup keuangan, hukum, sumber daya manusia, pemasaran, dan operasi. E.Kennedy (2009:1) Manajemen *event* adalah bagian dari ilmu manajemen untuk menciptakan dan mengembangkan kegiatan. Tujuannya adalah untuk menyatukan orang, melakukan serangkaian kegiatan rutin, menerima laporan dan menghadiriacara.

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.

Dari hasil wawancara penulis kepada Fandi Achmad selaku ketua TUVR 2020 terdapat faktor pendukung dan penghambat pada *event* ini, yaitu pada faktor penghambat terdapat *miss communication* di beberapa hal dikarenakan koordinasi yang dilakukan secara *online*. Pada faktor pendukung yaitu acara ini mendapat respon cukup baik dari banyak peserta, dan juga support dari internal seperti pembina & Badan Kemahasiswaan.

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.

Dengan demikian 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**”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti paparkan dalam latar belakang penelitian di atas, maka yang menjadi fokus peneliti pada penelitian ini yaitu proses manajemen *event* pada *event* Telkom University Virtual Run 2020. Peneliti memberikan batasan penelitian

untuk menghindari adanya kajian terlalu luas terhadap penelitian ini.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah peneliti paparkan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana manajemen *event* Telkom University Virtual Run 2020?”.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin didapatkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen *event* Telkom University Virtual Run 2020 menggunakan tahapan *event* Joe Goldblatt (2013) dalam buku *Special Events* Joe Goldblatt (2013:45).

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Selain memiliki tujuan, sebuah penelitian tentunya juga harus memiliki kegunaan, baik kegunaan untuk dunia akademis (teoritis) maupun kegunaan yang dapat digunakan dalam dunia praktis. Berikut ini adalah manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian ini.

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi perkembangan penelitian terkait manajemen *event*, terutama bagi para praktisi Humas. Serta dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan virtual *event* khususnya di bidang olahraga lari.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada praktisi *Public Relations* dalam manajemen sebuah *event*. Khusus untuk Telkom University Virtual Run 2020, penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dari apa yang telah dilaksanakan dan menjadi tolak ukur untuk terus membuat *event-event* selanjutnya.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Tabel 1 1 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan	2020				2021	
	September	Oktober	November	Desember	Januari	Febuari
Mencari informasi awal seputar penelitian yang akan diangkat						
Pra-Penelitian						
Menentukan Judul Penelitian						
Penyusunan BAB I						
Penyusunan BAB II						
Penyusunan BAB III						
Pendaftaran Desk Evaluation						
Seminar Proposal						

Sumber: Data Olahan Peneliti Tahun 2020