

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia kini telah melesat dengan sangat cepat. Hal ini bisa ditinjau dari maraknya industri pada bidang manufaktur maupun jasa yang hadir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Semakin cepatnya pertumbuhan bisnis membuat persaingan antar bisnis menjadi semakin ketat. Sebuah bisnis dituntut harus memiliki hal yang berbeda dengan bisnis lainnya agar dapat dengan mudah dikenal oleh pelanggan. Persaingan ini juga membuat sebuah bisnis harus memiliki keunggulan atau identitas tersendiri agar dapat bertahan. Selain harus memiliki keunggulan, sebuah bisnis juga harus terus berinovasi dan menciptakan ide-ide baru dalam mempromosikan bisnisnya. Hal ini juga terjadi di salah satu kota yang ada pada Provinsi Aceh.

Banda Aceh merupakan ibu kota Provinsi Aceh yang hingga saat ini menjadi pusat perekonomian, segala bentuk perkembangan di Aceh pasti bermula dari kota Banda Aceh. Perkembangan Sektor UKM juga terjadi di kota Banda Aceh seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.1 di bawah ini :

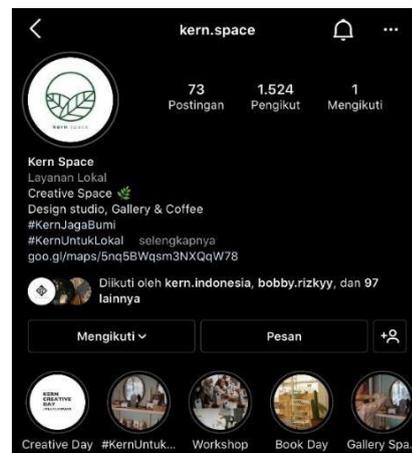
**Tabel 1. 1 Peningkatan Sektor UKM Small Industry Sector**

No.	Sektor UKM <i>Small Industry Sector</i>	2017	2018	2019	2020
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Industri	3.178	3.178	70	2.640
2	Perdagangan	4.817	6.507	8	5.508
3	Aneka Jasa	1.829	3.208	5	2.156
4	Pertanian	10	10	10	10
5	Perikanan	20	20	20	23
6	Peternakan	6	6	6	6
7	Transportasi	41	41	41	41
<b>Jumlah</b>		<b>9.901</b>	<b>12.970</b>	<b>160</b>	<b>10.384</b>

Sumber : <https://bandaacehkota.bps.go.id/>

Dengan meningkatnya sektor di bidang ini, membuat semua bisnis berusaha untuk tampil beda dan memiliki keunikan masing-masing. Salah satunya juga di rasakan oleh Kern Space, yaitu sebuah *Creative Space* di kota Banda Aceh. *Creative Space* adalah tempat baru yang berkembang di Indonesia pada beberapa tahun terakhir dan timbul akibat dari berkembangnya komunitas-komunitas dibidang kreatif yang terus tumbuh dan membutuhkan wadah atau ruang untuk mereka agar dapat saling bertukar pikiran, berbagi ilmu, mengembangkan kretivitas atau sampai menghasilkan karya Bersama (Dewi, 2016).

Menurut *Creative Hubkit British Council Creative Economy* dalam (Dewi, 2016), *Creative Space* yaitu suatu wadah yang mempersatukan komunitas maupun orang-orang yang memiliki kreatifitas yang didalamnya bersama-sama berkembang dan memberi ruang serta support pada komunitas, mengembangkan bisnis, dan juga bidang lain yang diantaranya pada bidang kreatif dan ekonomi, tempat ini bisa berbentuk fisik maupun tidak (virtual). Informasi Kern Space sebagai sebuah *Creative Space* dapat kita lihat pada bio Instagram Milik Kern Space berikut ini:



**Gambar 1. 1 Bio Instagram Kern Space**

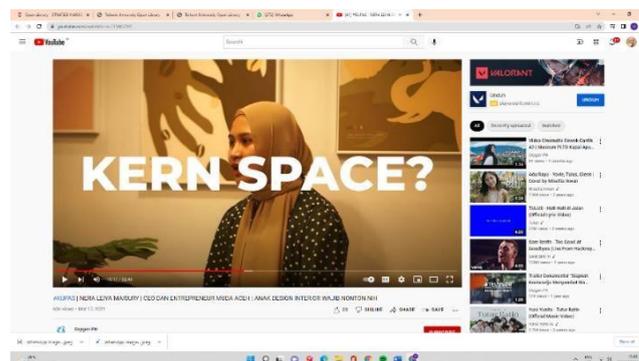
Sumber : <https://www.instagram.com/kern.space/>

Berdasarkan wawancara CEO Kern Space Nera Leiya Maisury bersama salah satu media bernama Tagar Tujuh dalam program #KUPAS didapatkan informasi mengenai Apa itu Kern Space seperti dibawah ini:

*“...jadi Kern Space itu satu tempat yang diciptain gitukan, dihadirin untuk bisa berbagai banyak, beberapa ruang, gak banyak juga sih, berbagi beberapa ruang aaa...berbagi beberapa cerita, gitu. Yang pertama ada Kern Design Studio yang jadi latar kita sekarang terus nanti akan ada galeri produk*

lokal, kita bekerjasama dengan brand-brand yang ada di Banda Aceh yang langsung produksi produknya semua langsung dari sini gitu, fokus kita itu di fashion, art, and craft, gitu, jadi ada leiyart juga nanti disana terus sama ada Kerjasama sama beberapa brand juga yang mereka juga fokusnya dengan lingkungan, terus nanti juga ada Kern Coffee juga, kalau Kern Coffee ini mmm.. kaya coffeeshop jadi mungkin konsepnya gini, one stop service, jadi orang datang bisa konsultasi design sambil minum kopi, bisa belanja sambil ngopi, bisa ngopi eh sambil pengen belanja gitulah, jadi one stop services, gitu...” (Hasil wawancara Nera bersama Tagar Tujuh, 17 Maret 2021)

Dari kutipan pernyataan Nera Leiya Maisury selaku CEO Kern Space diatas, dapat disimpulkan bahwa Kern Space adalah sebuah *Creative Space* di kota Banda Aceh yang memiliki konsep *one stop services*. Kern Space berusaha untuk memanfaatkan ruang dengan sebaik mungkin, sehingga masyarakat bisa mendapatkan 3 manfaat sekaligus, karena Kern Space terdiri dari 3 ruang pada satu tempat yang sama. Ruang pertama adalah Kern Design Studio, yaitu konsultan jasa di bidang Arsitektur dan Interior. Kemudian ada Kern Gallery yaitu ruang yang berkolaborasi dengan *small bisnis* milik anak-anak muda kreatif di Aceh yang produknya di produksi langsung di Aceh dan merupakan buatan tangan mereka sendiri, produk yang di tawarkan adalah produk *fashion, art, and craft*. Ruang yang terakhir adalah Kern Coffeeshop dimana ruang ini menyediakan makanan dan minuman, namun berfokus pada kopi.



**Gambar 1. 2 Wawancara CEO Kern Space dengan Tagar Tujuh**  
Sumber : <https://youtu.be/a-TTYdGZfYI>

Konsep yang dimiliki membuat Kern Space sangat berbeda dengan bisnis lainnya yang ada di kota Banda Aceh. Hadir berbeda di tengah-tengah masyarakat

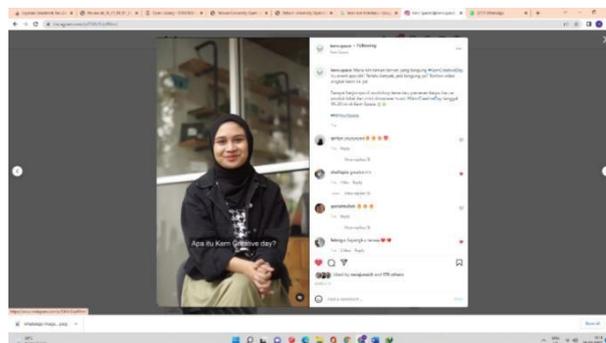


yang memiliki gallery produk lokal dan juga creative studio. Hal ini membuat Kern Space harus mencari strategi lain untuk memperkenalkan citranya sebagai *Creative Space*. Kemudian Kern Space melakukan *marketing public relations* dengan cara melakukan *event-event* kecil seperti *workshop* dan bazaar, antusias masyarakat sangat baik terhadap *event-event* kecil ini. Melaksanakan sebuah *event* juga merupakan salah satu strategi yang tepat untuk bisa menarik *customer* dan *potential customer* agar dapat terlibat di dalam *event*, hal ini diimplementasikan oleh Kern Space dalam *Events* Kern Creative Day.

Melihat kondisi yang mereka alami, Kern Space pada akhirnya membuat sebuah strategi baru yaitu membuat *event* yang berisikan rangkaian kegiatan kreatif dan diberi nama Kern Creative Day. Menurut (Bladen, 2012) *event* adalah sebuah kegiatan yang melibatkan banyak orang, dilakukan dengan tujuan tertentu dan hanya bersifat sementara. Dalam menyelenggarakan sebuah *event* tentunya juga akan membawa dampak bagi beberapa faktor seperti lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya. Dampak ini bisa bersifat positif maupun negatif (Noor, 2013). Maka dari itu dalam perencanaan sampai penyelenggaraan sebuah *event* harus memiliki konsep yang matang dan pengelolaan yang baik agar tidak menimbulkan dampak negatif.

*Event* Kern Creative Day ini adalah *event* terbesar pertama yang dilakukan oleh Kern Space. Pada sebuah konten berisikan video di Instagram Kern Space dijelaskan bahwa Kern Creative Day adalah sebuah *event* yang diselenggarakan oleh Kern Space untuk berkolaborasi dengan anak-anak muda kreatif Aceh dan memberikan *space* atau ruang bagi mereka untuk memamerkan hasil karya atau produk mereka ke masyarakat. *Event* ini diselenggarakan pada tanggal 19&20 Maret 2022 di area Kern Space, Banda Aceh.

Rangkaian acaranya sendiri mewakili 3 *Space* yang ada, yaitu Kern Gallery *space* menghadirkan *workshop* melukis kolaborasi bersama Wardah menggunakan produk *Make-up* Wardah yang sudah *Expired*, kemudian ada bazaar produk lokal untuk UMKM atau bisnis kecil milik anak-anak muda Aceh, selanjutnya di gallery *space* juga menghadirkan pameran karya bersama salah satu komunitas *mural* dan melukis yang ada di Banda Aceh yaitu Akar Imaji, dan pameran hasil karya lukisan *workshop* bersama Wardah juga di pameran setelah *workshop* berlangsung, sehingga masyarakat bisa datang untuk foto-foto. Kern *Coffee Space* juga menghadirkan rangkaian acara kolaborasi menu terbaru dengan salah satu *brand* besar yaitu Nutrifood, kolaborasi menu ini menghasilkan 2 menu yaitu Blewah Squash dan Kopicorn atau Kopi Popcorn. Kedua menu ini hanya bisa dinikmati selama dua hari acara berlangsung saja, selain itu menu lain pada *coffee space* tidak dikeluarkan pada hari itu. Jadi pengunjung hanya bisa memesan dua menu kolaborasi Kern Creative Day bersama Nutrifood tersebut. Pada Creative Studio *space*, ada rangkaian acara berupa *live mural* yang langsung dilakukan di Kern Space dengan tema referensi untuk mengisi ruang interior. Rangkaian acara yang terakhir adalah seluruh kegiatan tersebut selama dua hari akan dibungkus dengan *live music* dari 4 musisi-musisi lokal Aceh yang sudah terkenal.



**Gambar 1. 4 Konten Video Kern Creative Day**  
Sumber : <https://www.instagram.com/kern.space/>

Jika dilihat berdasarkan rangkaian dan tujuan acara Kern Creative Day dan dihubungkan dengan keadaan di kota Banda Aceh yang sebenarnya dapat dikatakan memiliki banyak sekali para pelaku kreatif, acara ini sangat berpotensi baik dan dapat diterima dengan baik. Melihat perkembangan anak-anak muda, pelaku UMKM, komunitas-komunitas yang terus meningkat membuat kota Banda Aceh harus memiliki lebih banyak acara-acara yang mewadahi mereka untuk berkarya, saling

bertemu dan berkolaborasi. Namun, pada kenyataannya masih sedikit sekali acara-acara yang dapat membuat anak-anak muda menyalurkan kretaifitasnya seperti ini di kota Banda Aceh, biasanya acara kreatif hanya diadakan oleh pemerintah sebagai alat promosi Kota Banda Aceh dan dilakukan setahun sekali. Bahkan berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti dari website resmi Diskominfo Pemerintah Kota Banda Aceh, diketahui bahwa Banda Aceh masuk kedalam nominasi kota kreatif dari Kemenparekraf tahun 2021, dikarenakan semakin berkembangnya berbagai ekosistem dan subsektor ekonomi seperti kuliner, fashion dan pertunjukan. Maka hadirnya Kern Space dan Kern Creative Day di tengah-tengah kota Banda Aceh sangat berpeluang untuk mengumpulkan para penggiat di bidang kreatif dan juga dapat memudahkan Kern Space dalam membangun citranya sebagai Creative Space yang juga memberikan wadah kepada anak-anak muda kreatif. Berikut ini gambar poster Kern Creative Day:



**Gambar 1. 5 Poster Kern Creative Day**

Sumber : <https://www.instagram.com/kern.space/>

Kern Creative Day juga berhasil mengambil perhatian salah satu TV Lokal Aceh yaitu TVRI. Mereka meliput kegiatan Kern Creative Day ini pada hari kedua ditanggal 20 Maret 2022 dan ditayangkan pada tanggal 22 Maret 2022 Pukul 17.00 WIB. Dalam video tersebut TVRI Aceh mengangkat mengenai Kern Space yang memberikan wadah kepada anak muda kreatif Aceh dengan judul berita “Kreatifitas Anak Muda”. Pihak TVRI juga mewawancarai 2 pengunjung untuk memberikan tanggapan kepada *event* ini. Kedua pengunjung ini memberikan respon yang sangat positif terhadap *Event* Kern Creative Day ini, mereka mengatakan bahwa *event* ini merupakan inovasi yang sangat kreatif yang dapat menjadi sarana anak muda dalam

menyalurkan karya mereka sehingga dapat menjadi contoh untuk masyarakat lainnya, mereka berharap agar kedepannya lebih banyak lagi coffeeshop yang membuat acara serupa agar meningkatkan *awareness* terhadap produk-produk lokal. Menurut salah satu pengunjung yang ikut memberikan komentar, anak-anak di Aceh terutama Banda Aceh tidak kekurangan kreatifitas hanya saja wadah untuk berkreasinya yang perlu lebih banyak. Jika dilihat seperti ini, dapat dikatakan bahwa *event* Kern Creative Day berhasil menyita perhatian masyarakat terutama para anak muda.



**Gambar 1. 6 Pengunjung yang diwawancari TVRI**

Sumber : <https://youtu.be/gRJzWnBw2gk>

Tidak hanya itu, pada tanggal 21 Maret 2021, tepat satu hari setelah diselenggarakannya event Kern Creative Day, CEO Kern Space Nera Leiya Maisury juga diundang langsung untuk meghadiri program “Yang Terbaik” milik TVRI Aceh untuk menceritakan mengenai pelaksanaan *event* Kern Creative Day. Hal ini menunjukkan ketertarikan media Aceh terhadap *event* yang diselenggarakan oleh anak muda Aceh ini.



LIVE STREAMING TVRI ACEH 22 MARET 2022

1.1K views · Streamed 6 days ago

**Gambar 1. 7 CEO Kern Space yang menghadiri Program "Yang Terbaik" TVRI ACEH**

Sumber : <https://youtu.be/gRJzWnBw2gk>

Keberhasilan *Event* Kern Creative Day ini tidak terlepas dari strategi *Marketing Public Relations* yang Kern Space lakukan. Maka dari itulah penelitian ini akan membahas mengenai pengimplementasian strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Kern Space sehingga *event* ini mampu menarik perhatian masyarakat maupun media dan mampu merubah citra Kern Space sebagai *Creative Space*. Penelitian ini penting dilakukan melihat masih kurangnya penelitian dengan topik pembahasan mengenai *marketing public relations* dalam melaksanakan sebuah *event* dan melihat belum adanya penelitian mengenai *creative space* yang ada di kota Banda Aceh. Hal ini menjadikan penelitian mengenai *strategi marketing public relations* Kern Space dalam melaksanakan *event* Kern creative Day menjadi unik dan dapat menjadi referensi terhadap bisnis sejenis yang ada di kota Banda Aceh. Kemudian, penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi terkhusus untuk praktisi *public relations* didalam pemerintahan maupun non pemerintahan yang memiliki tugas khusus untuk melaksanakan sebuah kegiatan maupun *event* agar berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan, hal ini dapat menjadikan terbentuknya citra positif di benak masyarakat.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui startegi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Kern Space dalam melaksanakan *event* Kern Creative Day. Oleh karena itu, peneliti menjadikan *event* Kern Creative Day sebagai topik dalam penelitian tugas akhir dengan dengan judul **“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MELAKSANAKAN EVENTS KERN CREATIVE DAY OLEH KERN SPACE”**

### **1.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini yaitu untuk mengkaji strategi *marketing public relations* yang digunakan oleh Kern Space dalam melaksanakan *Event* “Kern Creative Day”.

### **1.2 Identifikasi masalah**

Sesuai latar belakang serta fokus penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Kern Space dalam melaksanakan *Event* Kern Creative Day.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Melihat permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi marketing *public relations* yang dilakukan oleh Kern Space dalam melaksanakan *Event Kern Creative Day*.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### 1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk memperkuat serta memperkaya keilmuan di bidang komunikasi, terutama pada strategi marketing *public relations*. Temuan-temuan dalam penelitian inipun diharapkan dapat menjadi acuan untuk peneliti selanjutnya.

#### 1.4.2. Kegunaan Praktis

Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Kern Space dalam melaksanakan *event Kern Creative Day*. Dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi bisnis sejenis dalam menyusun strategi *marketing public relations* sebuah *event* maupun aktivitas dan kegiatan yang lainnya.

## 1.5 Waktu Dan Periode Penelitian

**Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian**

No.	Kegiatan	Waktu (bulan)							
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Berkonsultasi dengan dosen dan melakukan observasi								
2.	Menyusun Proposal								
3.	Melakukan Bimbingan								
4.	Revisi Proposal								
5.	Mencari dan mengumpulkan data								
6.	Menganalisis data								
7.	Evaluasi akhir penelitian								

Sumber : Data Olahan Penulis, 2022