

## ***Special Event Management Dalam Membangun Social Identity***

**Abdul Kholik; Aisyah Nurul Ramadhani; Dinda Azaria Rowi; Mega Annisa Ramadhany**

Program Studi D3 Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

[abdulkholik@unj.ac.id](mailto:abdulkholik@unj.ac.id) ; [anrlrmdhni@gmail.com](mailto:anrlrmdhni@gmail.com); [dindaazariaa@gmail.com](mailto:dindaazariaa@gmail.com);

[megannisar@gmail.com](mailto:megannisar@gmail.com)

Diterima 4 November 2020 / Disetujui 8 Desember 2020

### **ABSTRACT**

*Events can be understood as a series of activities organized either by individuals or by a group of people, who have specific goals and objectives so as to achieve the goals to be obtained through the agenda. The social side is also important in the events held so that visitors can simultaneously gather to participate in activities in order to establish friendship and celebrate certain moments. Therefore, the researcher wants to examine how the implementation of special event management carried out by the executor of the activity is related to building social identity. This study used descriptive qualitative method. This method is used to describe the social situation under study by covering aspects of the place, people, and activity which are synergistically related. Sources of research data in qualitative research regarding the Special Event Management strategy in building Social Identity consist of primary data and secondary data. Primary data were obtained from interviews with research subjects and other executives who were involved in the activities held. Secondary data in this study is documentation of research results. The results of this study are that in the involvement of special events, social identity can be built with a sense of kinship and related to the latest trends. In addition, self-actualization is the basis for this social identity, and there is utilitarianism to be gained from special events.*

**Keywords:** *Event Management; Social Identity; Special Event*

### **ABSTRAK**

*Event dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang diselenggarakan baik itu oleh individu maupun oleh sekelompok orang, yang memiliki tujuan dan maksud tertentu sehingga mencapai tujuan yang hendak diperoleh melalui agenda tersebut. Sisi sosial juga penting dalam event yang diadakan sehingga pengunjung dapat secara serentak berkumpul untuk mengikuti kegiatan dalam rangka menjalin silaturahmi sekaligus merayakan momen tertentu. Maka dari itu peneliti ingin mengkaji bagaimana implementasi special event management yang dilakukan oleh Pelaksana kegiatan kaitannya dengan membangun Identitas Sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan situasi sosial yang diteliti dengan meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*people*), dan aktivitas (*activity*) yang saling berkaitan secara sinergis. Sumber data penelitian dalam penelitian kualitatif mengenai strategi *Special Event Management* dalam membangun *Social Identity* ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh dari hasil wawancara dengan subyek penelitian serta pelaksana lain yang terlibat dalam kegiatan yang diadakan tersebut. Data Sekunder pada penelitian ini adalah data dokumentasi hasil*

penelusuran peneliti. Hasil penelitian ini adalah dalam keterlibatan special event, identitas sosial dapat dibangun dengan rasa kekeluargaan dan berkaitan dengan tren terkini. Selain itu, aktualisasi diri menjadi dasar dalam identitas sosial ini, dan terdapat utilitarianisme yang ingin diperoleh dari special event.

**Kata Kunci:** Event Khusus; Identitas Sosial; Manajemen Acara

## PENDAHULUAN

Event dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang diselenggarakan baik itu oleh individu maupun oleh sekelompok orang, yang memiliki tujuan dan maksud tertentu sehingga mencapai tujuan yang hendak diperoleh melalui agenda tersebut. Event tidak terlepas dari para tamu undangan yang hadir memeriahkan kegiatan yang diselenggarakan. Oleh karenanya, event kemudian tidak saja sekedar mengadakan kegiatan, tetapi juga ada tata kelola, manajemen atau pengaturan tertentu sehingga terselenggara sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penyelenggara.

Terlepas dari harapan oleh penyelenggara, event juga memberikan pengaruh tersendiri bagi para hadirin atau tamu undangan yang terlibat mengikuti kegiatan tersebut. Sebuah event tentu akan berdampak kepada para tamu undangan yang hadir. Dalam hal ini bagaimana membangun rasa nyaman dan kepuasan dari orang-orang yang hadir. Misalnya dalam hal konsep acara, hingga fasilitas seperti akomodasi makanan dan lain sebagainya tentu menjadi perhatian tersendiri agar tidak terjadi hal yang tidak sesuai harapan.

Individu dalam masyarakat membentuk suatu identitas sosial. Hal ini karena individu membutuhkan pengenalan diri agar dapat saling mengenal sesama dan dapat membedakan sesama (Sarifah, 2016). Sebuah event yang biasa diselenggarakan tentu bertujuan untuk memberikan pengaruh yang positif untuk masyarakat sekitar. Sisi sosial menjadi penting agar warga dapat secara serentak berkumpul untuk mengikuti kegiatan dalam rangka menjalin silaturahmi dan keakraban. Antusiasme masyarakat dalam mengikuti acara akan cukup tinggi, oleh karenanya setiap penyelenggaraannya akan ramai dan dihadiri oleh banyak kalangan dari muda-mudi, anak-anak, hingga dewasa.

Dewasa ini semakin banyak individu yang identitas dirinya belum sejalan dengan identitas lingkungannya (Irawan, 2018). Sebuah event juga dilakukan untuk menjaga keharmonisan antar masyarakat sehingga dapat saling akrab satu sama lain dan menghargai perbedaan yang ada. Event

menjadi kegiatan yang perlu diselenggarakan terus menerus untuk menjaga dan melestarikan budaya juga menjadi sarana ekspresi dan aktualisasi diri.

Serangkaian kegiatan event tentunya melewati serangkaian persiapan-persiapan yang memperhatikan berbagai hal dari berbagai sisi. Jika diteliti lebih jauh, memang banyak hal yang kemudian menjadi bagian untuk melengkapi hingga mencapai kesuksesan sebuah event. Serangkaian langkah dari awal sampai akhir ini dilakukan secara teratur dan taktis agar tidak ada persiapan yang terlewatkan. Maka dari itu manajemen dalam mempersiapkan penyelenggaraan event harus betul-betul matang dan profesional.

Manajemen kesan (*impression management*) merupakan bangunan yang merepresentasikan penampilan dan pemeliharaan identitas sosial selama interaksi (Lailiyah, 2016). Selain persiapan yang detail, event juga memerlukan kerjasama tim yang baik karena segala banyak hal di dalamnya tidak dapat dikerjakan oleh satu orang saja. Terdapat bagian-bagian penting yang memiliki peran dan tugas tersendiri sehingga kegiatan dapat terselenggara secara teratur dan terorganisir secara baik dari awal ide kegiatan hingga bersihnya kembali tempat dimana event tersebut terselenggara. Maka dari itu peneliti ingin mengkaji bagaimana implementasi special event management yang dilakukan oleh Pelaksana kegiatan kaitannya dengan membangun Identitas Sosial di masyarakat.

Humas di sebuah lembaga tentu memiliki program-program yang perlu dijalankan demi keberlangsungan dan memberi dampak positif kedepannya. Program-program yang diselenggarakan tidak hanya akan berdampak pada pihak internal, namun juga bagi eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa setiap program tentu akan melibatkan banyak pihak untuk dijalankan (Kholik, 2020a). Menurut Fenich (2015), strategi dapat secara sederhana didefinisikan sebagai aksi pengembangan dan mengatur perencanaan secara hati-hati untuk meraih visi dan tujuan, dengan berupa road map tertentu, atau pedoman yang dikonstruksi untuk mencapai visi akhir yang sesuai. Maksud hati-hati (*carefully*) disini adalah dengan memperhatikan suatu hal dengan detail dan teliti untuk mencapai hasil yang optimal.

Ini menjadi dasar bahwa dalam pengimplementasian program yang diadakan oleh Humas selalu dilakukan secara tim. Meskipun secara personal memiliki perbedaan tugas spesifik, namun terdapat proses koordinasi dan komunikasi yang saling berkaitan antara satu sama lain agar

mencapai persepsi dan opini yang selaras untuk mencapai tujuan bersama. Tetapi kegiatan yang melibatkan lebih banyak orang terkadang tidak sesuai ekspektasi yang diharapkan (Kholik, 2020a).

Makna manajemen event menurut Goldblatt (2013) adalah kegiatan yang bersifat profesional dan kolaboratif dengan sekelompok orang yang memiliki tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran atau reuni yang memiliki tanggung jawab tertentu seperti riset, desain, perencanaan, koordinasi, pengawasan dan realisasi kegiatan event. Riset dalam manajemen memiliki tujuan analitik untuk bisa lebih memahami tentang apa dan bagaimana suatu hal dapat dicapai dalam event.

Perlunya kajian penelitian terkait *special event* diharapkan dapat menjadi contoh dan evaluasi bagi daerah-daerah lain ataupun bagi penyelenggara kegiatan kedaerahan lainnya. Selain bertujuan untuk meningkatkan identitas sosial, juga membantu dalam pelestarian kesenian dan budaya lokal. Kegiatan ini juga dapat menjadi sarana ekspresi dan aktualisasi diri bagi masyarakat sehingga dapat selalu berkumpul, menjaga keamanan dan kerukunan. Maka dari itu serangkaian rumusan masalah yang disusun yaitu : *bagaimana strategi Special Event Management dalam membangun Social Identity ?*

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian mengenai *Special Event Management* dalam *Membangun Social Identity* ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan situasi sosial yang diteliti dengan meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*people*), dan aktivitas (*activity*) yang saling berintegrasi secara sinergis (Sugiyono, 2012:21).

Sumber data penelitian dalam penelitian kualitatif mengenai strategi ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Meski sumber data terpisah, keduanya dapat saling diintegrasikan namun dapat tetap dibedakan data-data yang prioritas. Penetapan sumber data ini dilakukan agar peneliti memahami acuan dalam mengambil data-data penelitian yang utama digunakan dalam menyusun simpulan di akhir penelitian.

Sumber penelitian diambil dari berbagai aspek yaitu aspek sosial, pendidikan, dan bisnis. Event sosial diambil dari kasus penyelenggaraan event Agustusan yang pernah diadakan oleh Karang Taruna Kav. PLN Cipinang Muara dan Karang Taruna Tebet Barat Dalam 5 A. Adapun

Abdul Kholik; Aisyah Nurul Ramadhani; Dinda Azaria Rowi; Mega Annisa Ramadhany  
*Special Event Management Dalam Membangun Social Identity*

Event Pendidikan mengambil kasus dari event bernama “Benecele” yang diselenggarakan oleh SMAN 42 Jakarta. Kemudian event bisnis diperoleh dari sebuah event oleh Hijrah Coach bernama “*Breakfast Club for CEO & Environment*”.



Gambar 1. Benecele event SMAN 42 Jakarta



Gambar 2. Event *Breakfast Club for CEO & Environment*

Data Primer diperoleh dari hasil wawancara dengan subyek penelitian serta pelaksana lain yang terlibat dalam kegiatan yang diadakan. Data Sekunder pada penelitian ini adalah data hasil dokumentasi dari penelusuran peneliti. Langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data dari penelitian ini yaitu klasifikasi, tafsir dan konklusi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil penelitian**

Peneliti melakukan beberapa wawancara dari berbagai bentuk special event, yaitu event sosial berupa acara agustusan, event pendidikan yakni pentas seni (pensi), dan event bisnis berupa Berdasarkan hasil temuan, peneliti menyusun 4 topik penting berkaitan dengan special event management yaitu identitas sosial dapat dibangun dengan rasa kekeluargaan, identitas sosial berkaitan dengan tren terkini, aktualisasi diri dalam identitas sosial, dan utilitarianisme dalam identitas sosial.

### **Identitas sosial dibangun dengan rasa kekeluargaan**

Sebuah event tentunya menghadirkan banyak sekali pengunjung yang bisa saja beragam dari berbagai lapisan sosial dan perbedaan demografis. Meski terdapat perbedaan antar kelompok dalam menghadiri sebuah acara khusus (*special event*), setiap pengunjung tentu ingin membangun rasa memiliki dan meningkatkan kekeluargaan antar kelompok. Tidak hanya kelompok yang sama dengan dirinya, tetapi juga kelompok lain yang sama hadir pada acara khusus tersebut.

Contoh event “*Breakfast Club for CEO*” memberikan kepuasan pengunjungnya dengan menumbuhkan rasa kekeluargaan diantara para peserta yang hadir. Mereka dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan rekan entrepreneur lain yang sukses di berbagai bidang. Melalui kekeluargaan ini juga bisa terbangun jaringan bisnis yang lebih luas dan kerjasama yang berkelanjutan secara potensial.

Menurut Kholik (2020), kesadaran akan strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya akan meningkatkan kualitas kerja, tetapi juga secara interpersonal menumbuhkan kedekatan dan keakraban lebih intens. Apapun bentuk komunikasi yang terbangun dalam sebuah event, tentu menjadi gerbang awal untuk mencapai kebersamaan dan kekeluargaan. Tanpa adanya komunikasi, maka tidak ada keterbukaan dan saling bertukar informasi mengenai pembicaraan berkaitan dengan event yang berlangsung.

### **Pembahasan**

#### **Identitas sosial berkaitan dengan tren terkini**

Orang-orang saat ini sangat mudah terpengaruh oleh media yang memiliki kekuatan yang sangat besar. Media teknologi saat ini terus berkembang dan sangat banyak dikonsumsi oleh masyarakat modern. Oleh karena itu, hal-hal baru dan sesuatu yang sedang tren di masyarakat

memiliki ketertarikan khusus bagi khalayak tertentu. Maka dari itu tren menjadi nilai yang potensial dalam melihat kondisi audiens secara aktual.

Melalui media massa yang saat ini sangat mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat tentu akan berpengaruh terhadap implementasi penyelenggaraan event. Misalnya di masa pandemi covid-19, acara perlombaan Agustusan tidak dapat diselenggarakan untuk mengurangi penyebaran virus. Event-event lain juga terdampak dan terpaksa harus diselenggarakan secara daring (*online*).

Tren dapat diartikan sebagai sebuah peristiwa atau fenomena yang sedang populer di tengah-tengah masyarakat dan menjadi perbincangan dalam jangka waktu tertentu. Tren juga berkaitan dengan gaya mutakhir dan modern yang berpengaruh terhadap perilaku masyarakat. Menurut Mutiah (2020) Segala sesuatu yang sedang dibicarakan, Disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu yang berdampak menjadi trend yang merupakan suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu.

### **Aktualisasi diri dalam Identitas Sosial**

Setiap orang tentu menginginkan kepuasan tersendiri dalam menghadiri sebuah event khusus, seperti mencapai hiburan (*entertainment*) yang sesuai dengan harapannya. Bentuk aktualisasi diri dalam kegiatan event adalah dengan berusaha dan berkorban dengan cara apapun untuk mencapai kepuasan yang diinginkan dari sebuah event. Aktualisasi diri memang menjadi salah satu kebutuhan yang tertinggi yang diperoleh manusia.

Event Agustusan atau Perayaan Kemerdekaan Republik Indonesia yang biasa diadakan setiap tahun tentu memberikan atensi dan antusiasme masyarakat yang cukup tinggi. Setiap daerah diadakan perlombaan-perlombaan yang beragam dan dapat diikuti oleh berbagai kalangan umur masyarakat. Selain menjadi tontonan yang seru, pengunjung juga dapat dengan mudah menjadi peserta lomba dan berjuang memperoleh hadiah yang diinginkan. Inilah salah satu bentuk aktualisasi diri, dimana terdapat harapan dan pencapaian yang diinginkan dari setiap pengunjung sebuah event khusus.

Aktualisasi dapat diartikan sebagai sebuah keinginan pada diri yang berkehendak untuk mencapai apapun yang disukai, sehingga segala hal dapat dilakukan untuk mencapai harapan

tersebut. Menurut Rachman (2019) aktualisasi diri merupakan sarana untuk dapat menuangkan diri pada diri individu untuk merealisasikan segala potensi dan bakat yang dimiliki sesuai dengan bidang kemampuannya masing-masing. Dengan begitu, Orang dapat mengaktualkan dirinya untuk memiliki kesanggupan terhadap penerimaan diri sendiri dan orang lain.

### **Utilitarianisme dalam Identitas Sosial**

Tidak banyak orang yang sengaja hadir dalam sebuah event khusus dengan sendirinya tanpa teman atau rekan lain yang menemani. Sudah menjadi hal umum, ketika menghadiri sebuah event dengan keramaian tinggi, maka sangat diperlukan teman dekat yang tidak hanya menemaninya datang ke acara tersebut, tetapi juga teman tersebut datang untuk bisa membahagiakan dirinya juga. Ini bisa menjadi salah satu bentuk utilitarianisme, dimana pencapaian rasa senang tidak hanya untuk diri sendiri, tetapi juga orang-orang lain yang ada di sekitarnya.

Kegiatan pentas seni (pensi) sekolah seperti event Benecle 5 oleh SMAN 42 Jakarta tentu dihadiri oleh berbagai kelompok siswa. Tidak hanya siswa kelas bawah, namun juga kelas atas dapat mengikuti event meriah ini. Setiap peserta tentu tidak hadir untuk menikmati acaranya sendirian, namun juga bersama teman-teman dekat lain. Rasa dimana kemeriahan, keceriaan dan keseruan event pensi ini harus dapat diterima oleh semua peserta adalah contoh bentuk utilitarianisme.

Utilitas itu sendiri bukanlah konsep yang sederhana, meskipun tujuannya adalah untuk mewakili keadaan yang baik untuk individu (DosenPPKN, 2020). Namun makna yang dimaksud disini adalah bagaimana pandangan mengenai identitas sosial sendiri yang menentukan benar dan salah dengan berpihak pada sesuatu yang menghasilkan kebaikan terbesar untuk jumlah terbesar. Salah satunya adalah sisi dampak positif dari event untuk khalayak yang jumlahnya juga tidak sedikit.

### **SIMPULAN**

Sebuah event tentunya menghadirkan banyak sekali pengunjung yang bisa saja beragam dari berbagai lapisan sosial dan perbedaan demografis. Meski terdapat perbedaan antar kelompok dalam menghadiri sebuah acara khusus (*special event*), setiap pengunjung tentu ingin membangun rasa memiliki dan meningkatkan kekeluargaan antar kelompok.

Media teknologi saat ini terus berkembang dan sangat banyak dikonsumsi oleh masyarakat modern. Oleh karena itu, hal-hal baru dan sesuatu yang sedang tren di masyarakat memiliki ketertarikan khusus bagi khalayak tertentu. Maka dari itu tren menjadi nilai yang potensial dalam melihat kondisi audiens secara aktual sebelum merencanakan sebuah event.

Setiap orang tentu menginginkan kepuasan tersendiri dalam menghadiri sebuah event khusus, seperti mencapai hiburan (*entertainment*) yang sesuai dengan harapannya. Bentuk aktualisasi diri dalam kegiatan event adalah dengan berusaha dan berkorban dengan cara apapun untuk mencapai kepuasan yang diinginkan dari sebuah event.

Sudah menjadi hal umum, ketika menghadiri sebuah event dengan keramaian tinggi, maka sangat diperlukan teman dekat yang tidak hanya menemaninya datang ke acara tersebut, tetapi juga teman tersebut datang untuk bisa membahagiakan dirinya juga. Ini bisa menjadi salah satu bentuk utilitarianisme, dimana pencapaian rasa senang tidak hanya untuk diri sendiri, tetapi juga orang-orang lain yang ada di sekitarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- DosenPPKN. (2020). *Pengertian Utilitarianisme, Macam, Ciri, Dampak, dan Contohnya*. DosenPPKN . <https://dosenppkn.com/utilitarianisme/> diakses 2 November 2020
- Fenich, George G. 2015. *Planning and Management of Meetings, Expositions, Events, and Conventions*. Pearson : England.
- Goldblatt, Dr Joe. 2013. *Special Events "Creating and Sustaining a New World For Celebration"*. John Wiley & Sons.
- Irawan, A. W., Mappiare-At, A., & Muslihati, M. (2018). Identitas Sosial Remaja Suku Mandar dalam Pappasang: Implikasi bagi Penyusunan Bahan Bimbingan. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 3(4), 171-181. doi:10.17977/um001v3i42018p171
- Kholik, A. (2020a). Implementasi Program Humas Sekolah. Manajemen Humas Sekolah. Widina Bhakti Persada Bandung.

- \_\_\_\_\_. (2020b). Perencanaan dan Manajemen Komunikasi dalam Membangun Citra Pelayanan Jasa Outsourcing. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 95 - 103. <https://doi.org/10.21009/Communicology.013.07>
- Lailiyah, N. (2016). Presentasi Diri Netizen Dalam Konstruksi Identitas Di Media Sosial Dan Kehidupan Nyata. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(2), 103. doi:10.14710/jis.15.2.2016.103-110
- Mutiah, Tuty. (2020) Trend Youtuber di Generasi Millenial dalam Pengembangan Kreativitas. *Jurnal Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol 1, No 1 (2020)
- Rachman, A., & Permatasari, N. (2019). Pengaruh Teman Sebaya Dan Kepercayaan Diri Terhadap Aktualisasi Diri Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 5(1), 10. doi:10.26858/jppk.v5i1.7876
- Sarifah, Rusdah. (2016). Identitas Sosial Dengan Prasangka Pada Prajurit Tni Ad Terhadap Anggota Kepolisian. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan (JIPT)*. Vol. 04, No.01, Januari 2016. DOI: <https://doi.org/10.22219/jipt.v4i1.2879>
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.