



Contents lists available at [Journal IICET](#)  
**JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)**  
ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)  
Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi>



## MICE dan Non-MICE dalam rangka menetapkan strategi event management

Vivi Tri Handayani, Muhammad Syaroni Rofii, Alfin Reza Syahputra\*)  
Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received Nov 25<sup>th</sup>, 2022  
Revised Jun 21<sup>st</sup>, 2023  
Accepted Jul 15<sup>th</sup>, 2023

#### Keyword:

MICE,  
Non-Mice,  
Event management

### ABSTRACT

Procurement of events or what is commonly referred to as events is something that is very common at this time. Events have various purposes and also have various procurement scales. Some events are known to fail in their implementation and even cause riots. This can happen due to a lack of attention to event management. Event management will be easier to do by classifying events. The classification of events that are well known in the event business world are MICE events and non-MICE events. MICE events include meetings, incentive trips, conferences and exhibitions. Non-MICE events consist of festivals, sports tourism, celebrations and parties. Broadly speaking, event management consists of 5 stages, including: research, design, planning, coordination, and evaluation. However, each event characteristic has a different treatment of these 5 things. The purpose of this study is to examine the concept of events and efforts to avoid event failures due to a lack of understanding of events. The study used a descriptive qualitative method with a literature review approach in which a conceptual study was carried out regarding each event to find an appropriate formulation of the event concept for each class. This research results that the failure of an event can have a serious impact such as the occurrence of riots where one of them occurred in Indonesia, event failures can also raise their own fear of customer disappointment. Both MICE events and non-MICE events must pay attention to their characteristics and important points such as location, room, event concept, event protocol, participants, event scale and so on. It can be concluded that knowing the characteristics of an event can make it easier to develop event concepts and carry out event management both at the pre-event, during the event, and after the event.



© 2023 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

Alfin Reza Syahputra,  
Universitas Indonesia, Jakarta  
Email: [vivitri@ui.ac.id](mailto:vivitri@ui.ac.id)

## Pendahuluan

Pengadaan acara atau yang lebih akrab disebut dengan event merupakan sebuah cara yang dinilai cukup efektif untuk menarik perhatian masyarakat. Event bukan lagi suatu hal yang asing baik di tingkatan lokal daerah ataupun mancanegara. Sebuah event memiliki tujuan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain (Kholik et al., 2021). Ada event yang secara tujuan adalah murni digunakan untuk hiburan ada pula yang memiliki tujuan lain seperti pemasaran, peningkatan pendapatan penyelenggara, dan lain-lain. Pada mulanya event merupakan suatu hal yang melekat dengan pariwisata (Wijaya, 2021). Dapat dikatakan bahwa event pada mulanya hanya diselenggarakan pada acara-acara yang memiliki kaitan dengan wisata. Dimana

Menurut (Nursiyam & Ratnasri, 2018), Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Namun, seiring berkembangnya zaman, event kini menjadi suatu hal yang lebih fleksibel dan dinamis. Event banyak masuk pada berbagai industri bahkan event itu sendiri sudah menjadi industri tersendiri. Maka tak heran jika saat ini banyak ditemui adanya event organizer atau manajemen acara, dimana menurut (Respati, 2022) event organizer adalah perwujudan dari kelompok yang memiliki tujuan yang sama dan menjaga eksistensinya dengan tidak hanya memiliki struktur yang jelas, tetapi juga dengan mengedepankan kekompakan dan integritas kerja.

Kelancaran sebuah event dibutuhkan proses yang baik selama proses penyelenggaraan, bukan terbatas ketika acara sedang berlangsung saja (Uljanatunnisa et al., 2020). Tak jarang keberhasilan sebuah event dinilai dari kelancaran ketika acara berlangsung. Padahal, dalam sebuah event terdapat banyak sekali komponen yang memiliki sumbangsih terhadap kelancaran acara pada hari H. Seluruh komponen tersebut harus diperhatikan dan tidak boleh ada yang diabaikan jika sebuah event ingin berjalan dengan sukses. Faktor utama dalam menjaga kesuksesan event terletak pada 2 hal yaitu logistik dan manajemen (Manambing et al., 2014). Sukses atau gagalnya sebuah event dapat dilihat dari respon peserta event setelah mengikuti atau berpartisipasi dalam event tersebut. Beberapa contoh event yang dinilai gagal oleh para partisipannya adalah Lalala Fest tahun 2019, Lokatara Fest tahun 2019, Musikologi tahun 2019. Event-event tersebut merupakan jajaran event yang tergolong megah sebelum terjadinya pandemi Covid-19 yang membatasi berbagai kegiatan. Sejarah dunia mencatat bahwa tidak kurang dari 250 insiden yang disebabkan oleh keramaian terhitung dari tahun 1900-2019. Terdapat beberapa kejadian yang berhasil dicatat dengan mempertimbangkan beberapa hal seperti jumlah kematian, jumlah orang yang terluka, penyebab terjadinya kerusuhan, kegagalan struktur, sumber berita yang terpercaya, ketersediaan laporan dengan bahasa yang bisa dipahami oleh penulis, serta banyak dibahas atau disampaikan oleh berbagai sumber.

Dari berbagai peristiwa bahwa kerusuhan dalam suatu event menimbulkan dampak serius yang menewaskan banyak korban jiwa. Seperti yang terjadi di Amerika, peristiwa tersebut menewaskan 115 korban jiwa yang berawal dari kepanikan penumpang yang berujung pada keriuhan, hal tersebut juga terjadi di Italia, dimana pengingat suara bom menjadi pemicu kepanikan warga Italia untuk berlindung sehingga berujung pada saling mendesak dan berakibat pada tewasnya 354 orang. Selain itu peristiwa di Peru, tembakan gas air mata oleh polisi pada saat terjadi invasi lapangan menyebabkan ketakutan serta kepanikan penonton yang berimbas pada saling desak untuk keluar stadion sehingga mengakibatkan 328 orang korban meninggal dunia, selain itu masih ada peristiwa seperti di Irak, Mesir, Angola, dan Madagascar yang terjadi akibat dari kepanikan yang berujung pada kerusuhan. Di sisi lain peristiwa kerusuhan itu juga terjadi akibat dari adanya crowd management atau penumpukan masa yang berlebih dalam suatu event, seperti yang terjadi dalam Festival Agama Hindu (Kumbh Mela) mengalami lonjakan pengunjung, lonjakan tersebut mengakibatkan ambruknya sebuah pagar dan memakan 500-800 orang korban jiwa. Sama halnya peristiwa di Kamboja yang ternyata overcrowded dan rumor ambruknya jembatan menjadi pemicu kekacauan pada suatu festival di sebuah pulau sekitar Kamboja, kekacauan tersebut menimbulkan 347 orang meninggal dunia, serta masih banyak peristiwa akibat dari adanya penumpukan masa seperti yang terjadi di Saudi Arabia yang rata-rata terjadi akibat dari penumpukan masa.

Terkait dengan manajemen event banyak sekali hal yang menjadi strategi manajemen event supaya event dapat berjalan lancar. Salah satu strategi penanganan event yang digunakan untukantisipasi kegagalan event adalah dengan mengklasifikasikan event. Saat ini sudah umum diketahui bahwa manajemen event seringkali mengklasifikasikan event menjadi dua kelompok yakni MICE event dan Non-MICE event. Klasifikasi event ini digunakan dalam proses manajemen pelaksanaan event sehingga dapat lebih efektif dan efisien. Diharapkan dengan adanya klasifikasi tersebut dapat menuntun pada kebutuhan-kebutuhan masing-masing event secara lebih detail sesuai dengan karakteristik event tersebut. Keberhasilan sebuah event akan memberikan pengalaman kepada partisipan event. Pengalaman partisipan event melibatkan berbagai aspek kehidupan yang berdampak terhadap penilaian sebuah event dan juga event organizer. Pengalaman pengunjung dalam sebuah event melibatkan pengalaman sensorik, kognitif, dan emosional serta nilai-nilai relasional yang bersubstitusi dengan nilai-nilai fungsional (Halim, 2014) juga dampak psikologis kepada komunitas (Rezaky & Sabrina, 2019). Ketika sebuah event sukses diselenggarakan, persepsi pengunjung terhadap event organizer akan bernilai baik sehingga jika terdapat event di masa depan yang ditangani oleh event organizer tersebut, antusias peserta atau pengunjung akan lebih besar. Begitu pula sebaliknya, sebuah event yang gagal akan membawa persepsi yang buruk sehingga penyelenggaraan event yang melibatkan event organizer tersebut di masa depan tidak akan mendatangkan antusiasme yang tinggi dari masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Haendari & Salma, 2021) menyatakan bahwa Event Hijab Fest 2021 melakukan strategi event management melalui penerapan tahap-tahap pembentukan sebuah event yakni *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*, tahap tersebut dijalankan dengan baik guna mencapai tujuan event dan menarik minat tenant serta pengunjung event HijabFest 2021. Minat tenant dan pengunjung di event Hijab Fest 2021 di era new normal dinilai berhasil meningkat dibandingkan dengan acara pada tahun sebelumnya di masa pandem. Penelitian ini memiliki tujuan agar penyelenggara event dapat mengetahui proses manajerial pengadaan event yang baik. Secara umum, juga bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat bahwa di balik sebuah event yang sukses terdapat komponen-komponen yang harusnya diperhatikan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat secara umum dan kepada event organizer ataupun orang yang terlibat dengan manajemen acara khususnya. Adanya penelitian ini diharapkan dapat meminimalisir terjadinya event yang gagal dan kerusakan yang terjadi akibat adanya event.

### Kajian pustaka

Pengadaan event pada dasarnya dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok acara yaitu MICE event dan Non-MICE event. MICE event terdiri dari Meeting, Incentive Travel, Convention, dan Exhibition, selain itu MICE adalah singkatan dari Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions. Acara MICE biasanya berfokus pada pertemuan bisnis, insentif perusahaan, konvensi, dan pameran. Tujuan utama dari acara MICE adalah untuk menghubungkan orang-orang dalam lingkungan bisnis, memfasilitasi pertukaran informasi, mempromosikan produk dan layanan, serta menciptakan peluang bisnis. Karakteristik masing-masing event dapat diketahui yaitu yang pertama adalah Meeting adalah event yang bersifat pertemuan, rapat, perkumpulan, dan sebagainya. Meeting memiliki klasifikasi lagi tersendiri baik dari segi ukuran atau skala atau dari segi pelaku pertemuan dan lokasi pertemuan. Klasifikasi skala pertemuan terbagi menjadi skala kecil, normal, besar, super besar, dan mega besar. Klasifikasi meeting berdasarkan pelaku pertemuan pertemuan pemerintah, pertemuan nonpemerintah, dan pertemuan perusahaan. Adapun klasifikasi pertemuan berdasarkan lokasi dapat dibedakan menjadi lokasi lokal, nasional, regional, dan internasional. Yang kedua adalah Insentif (Incentive) Perjalanan insentif biasanya adalah perjalanan yang meminta fasilitas terbaik. Peserta perjalanan ini biasanya adalah orang-orang yang terpilih dari suatu instansi atau perusahaan. Perjalanan ini kebanyakan merupakan pemberian penghargaan kepada anggota instansi atau karyawan perusahaan atas suatu pencapaian. Tujuan dari perjalanan ini biasanya adalah untuk memberikan kesan penghargaan yang akan memberikan pengalaman kepada peserta. Yang ketiga yaitu Konferensi (*Conference*) yang mana merujuk pada pertemuan dengan orang yang berjumlah banyak. Konferensi bersifat lebih formal dan biasanya dilaksanakan di dalam sebuah ruangan atau gedung tertentu. Konferensi dapat meliputi konferensi lokal, konferensi daerah, konferensi nasional, konferensi regional, dan konferensi internasional. Pada konferensi ukuran skala dapat terbagi menjadi tiga yaitu konferensi kecil, sedang, dan besar. Sejenis dengan konferensi adalah kongres dan konvensi, dan yang terakhir adalah pameran (*Exhibition*) yang mana merupakan acara yang biasanya memiliki tujuan menginformasikan suatu hal atau melakukan promosi. Pameran merupakan salah satu pemoderasi antara kepentingan perusahaan atau pengusaha dengan peserta atau pengunjung. Pameran dapat dikatakan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan melakukan pertunjukkan, memperagakan, dan mempertemukan kepentingan dua belah pihak yakni partisipan pameran dan pengunjung (Afrilian, 2020).

Non-MICE event adalah event-event seperti festival, fair, dan acara olahraga (Afrilian, 2020). Selain itu Non-MICE merujuk pada jenis acara yang tidak termasuk dalam kategori Meetings, Incentives, Conventions, dan Exhibitions. Ini mencakup berbagai macam acara seperti festival, konser, pertunjukan seni, acara olahraga, perayaan, seminar, workshop, dan lain sebagainya. Festival biasanya adalah acara yang sifatnya adalah hiburan tidak ada unsur kompetisi. Fair adalah rangkaian dari festival. Non-MICE event secara umum dapat dipastikan melibatkan orang dalam jumlah besar. Festival pada umumnya menjadi sarana promosi kebudayaan, pariwisata, ataupun kekayaan daerah. Pada beberapa tahun terakhir juga banyak ditemui pariwisata olahraga yang juga memiliki tujuan untuk memasarkan potensi wisata daerah melalui aktivitas-aktivitas yang bersifat olahraga.

Non-MICE mengacu pada acara-acara yang tidak termasuk dalam kategori MICE. Ini mencakup berbagai jenis acara, seperti festival, konser, pesta, acara olahraga, dan acara sosial lainnya. Acara non-MICE sering kali didasarkan pada tujuan hiburan, kebudayaan, atau sosial, dan tidak memiliki fokus bisnis seperti acara MICE. Non-MICE event dapat terdiri dari perayaan, pesta, dan event pemasaran. Perayaan dan pesta merupakan event yang secara sifat dapat dibedakan menjadi bersifat intim dan bersifat terbuka. Perayaan atau pesta yang bersifat intim dapat ditemui pada perayaan atau pesta ulang tahun, pernikahan, ataupun acara-acara lain yang biasanya diselenggarakan oleh personal. Adapun perayaan atau pesta yang bersifat terbuka dapat ditemui pada acara-acara perayaan ulang tahun daerah atau perayaan hari tertentu di suatu negara. Strategi event management untuk acara non-MICE mungkin lebih berfokus pada elemen hiburan,

---

pengalaman, dan interaksi sosial. Tujuannya adalah menciptakan suasana yang menyenangkan dan menghibur bagi para peserta, memastikan keterlibatan mereka, dan memberikan pengalaman yang berkesan.

### **Teori manajemen event**

Manajemen *event* dapat dipahami sebagai kegiatan yang bertujuan mengumpulkan sekelompok orang yang bertujuan untuk menyelenggarakan perayaan, pemasaran ataupun reuni serta bertanggungjawab untuk membuat desain acara dan segala prose pelaksanaannya (Tafarannisa et al., 2021). Menurut teori manajemen *event* dalam membuat sebuah *event* yang spesial dengan efektif dan efisien ada lima langkah yang harus dilalui dan diperhatikan. Langkah pertama adalah penelitian. Tahap penelitian merupakan tahap untuk menentukan kebutuhan *event*, keinginan dari terselenggaranya *event*, dan harapan masyarakat. Tahap yang kedua adalah perancangan. Tahap perancangan merupakan tahap penyampaian ide-ide yang akan dijadikan sebagai tema besar *event*. Tema tersebut biasanya akan disertai dengan filosofi sehingga dapat menarik khalayak untuk menghadiri *event*. Tahap selanjutnya adalah tahap perencanaan. Tahap ini dilakukan setelah dilakukan analisis kondisi dan situasi pada tahap perancangan. Tahap perencanaan sudah memasuki ranah alokasi anggaran, pemilihan tempat dan lokasi serta perlengkapan lain terkait penyelenggaraan *event*. Pada tahap perencanaan biasanya akan dilakukan *technical meeting* (Akbar, 2012). Langkah selanjutnya adalah memasuki tahap koordinasi. Koordinasi adalah tindakan yang dilakukan setelah adanya perancangan dan perencanaan. Koordinasi dilakukan agar perancangan dan perencanaan dapat dilakukan oleh orang-orang yang berkepentingan di dalam *event* dan meminimalisir adanya kesalahpahaman komunikasi dalam proses pelaksanaan *event*. Petugas manajemen *event* harus memiliki kemampuan mengkoordinasikan tujuan *event* kepada seluruh pemangku *event* agar setiap bagian dari pelaksanaan *event* dapat bekerja secara kooperatif. Tahap terakhir adalah tahap evaluasi. Tahapan evaluasi adalah tahapan yang digunakan untuk melihat perjalanan terlaksananya *event* sejak awal hingga berakhir. Evaluasi ini akan menghasilkan data dan informasi yang dapat digunakan untuk perencanaan *event* sejenis di masa yang akan datang. Namun, pendapat lain menyebutkan bahwa tahapan manajemen *event* terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan (Asnur et al., 2020).

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan telaah pustaka, menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Kualitatif deskriptif sering disebut sebagai metode kualitatif untuk pemula karena merupakan metode kualitatif yang masih sangat sederhana. Pendekatan telaah pustaka adalah pendekatan yang mana menggunakan literatur dan publikasi ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Literatur dan publikasi ilmiah yang digunakan bersumber dari artikel, jurnal, buku, dan publikasi terpercaya lainnya. Data yang dihasilkan dalam penelitian ini disajikan secara konseptual yang runtut sehingga memudahkan pembaca dalam memahami pembahasan. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis triangulasi konseptual yakni dengan merangkai konsep-konsep yang sudah ada untuk kemudian digunakan dalam menyusun suatu pembahasan yang menghasilkan sebuah ide ataupun konsep baru. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yakni data mengenai konsep kebutuhan pada MICE event dan Non-MICE event. Kebutuhan dan keinginan event tersebut selanjutnya akan melahirkan konsep yang digunakan sebagai panduan untuk menentukan strategi dalam melakukan crowd management. Event dan keramaian merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan sehingga keberadaan event pasti menimbulkan keramaian. Oleh karena itu diperlukan adanya crowd management supaya event dapat berjalan dengan lancar dan dapat mengantisipasi adanya kegagalan event.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pada dasarnya setiap event harus memenuhi aspek 5W+1H. Terdiri dari what yang merupakan bentuk event yang akan diselenggarakan, who yang merupakan komponen siapa penyelenggara event tersebut atau siapa saja yang akan dilibatkan pada pelaksanaan event tersebut, where yakni dimana event tersebut berlokasi atau akan diselenggarakan, when yaitu berkaitan dengan kapan event dilaksanakan, why adalah alasan diselenggarakannya event tersebut seperti tujuan diadakannya event, terakhir adalah how berkaitan dengan bagaimana event tersebut akan digelar atau akan berlangsung. Dalam rangka terpenuhinya kelima komponen tersebut maka pemberian perlakuan manajemen event pada tiap-tiap jenis event harus dibedakan dan diperhatikan. Pemberian perlakuan yang berbeda didasarkan pada kebutuhan dan keinginan diselenggarakannya event.

Event dapat memberikan dampak positif terhadap berbagai hal seperti dampak ekonomi dan sosial (Haries & Wulandari, 2021). Contoh dampak dari adanya event secara ekonomi adalah pada event Asian Games

dimana terdapat puluhan hotel yang menampung akomodasi peserta Asian Games. Rata-rata lama tinggal terpendek peserta Asian Games tahun 2018 adalah 11,23 hari (Kementerian PPN/Bappenas; LPEM FEB UI, 2018) atau dapat dibulatkan menjadi 11 hari. Jika selama Asian Games ada 10 hotel saja yang digunakan sebagai akomodasi dengan biaya inap per malam Rp 800 ribu rupiah per kamar dan dibuat rata-rata per hotel digunakan sebanyak 100 kamar maka dampak ekonomi dari adanya Asian Games dari akomodasi saja sudah ada perputaran uang sebesar Rp 8.800.000.000. Belum dampak kepada sektor kuliner, dan sektor lain yang turut menyumbang kebutuhan acara Asian Games. Selain dampak ekonomi juga terdapat dampak sosial. Dampak sosial dari pengadaan event dapat dilihat pada event yang digelar oleh salah satu event organizer di Yogyakarta dan Surakarta adalah dapat terjaganya saluran pelanggan, hubungan dengan pelanggan dan kemitraan (Nadzir, 2016).

Penelitian ini akan membahas mengenai perlakuan ataupun komponen yang perlu diperhatikan berdasarkan pada klasifikasi jenis event yang diselenggarakan. Komponen ini akan terkait dengan strategi dalam menangani masalah-masalah yang datang dalam rangka penyelenggaraan event. Terutama masalah yang terjadi karena adanya kegagalan dalam mengorganisir kebutuhan acara. Identifikasi dan klasifikasi akan sangat membantu proses manajemen event yang baik dan mempermudah koordinasi yang antar elemen yang berkepentingan dalam penyelenggaraan event.

### Pertemuan (Meeting)

Tabel 1. Skala *Event* Pertemuan

Skala	Jumlah Peserta
Kecil	2-150
Normal	151-500
Besar	501-1.500
Super	1.501-3000
Mega	>3.000

Penentuan skala meeting terkait dengan pemberian pelayanan yang sesuai. Seperti contoh meeting dengan skala kecil yang hanya diikuti oleh 20 orang maka tidak perlu menyiapkan ruang meeting yang mampu menampung 100 orang. Jika skala meeting adalah super dengan peserta 2.000 orang maka tidak akan efektif jika lokasi meeting diadakan di ruangan yang berkapasitas 500 orang. Oleh karena itu, menentukan skala meeting adalah hal yang penting dalam menghadapi event yang bertajuk pertemuan. Selanjutnya adalah tentang penyelenggara pertemuan. Penyelenggara pertemuan yang berasal dari instansi pemerintahan akan berbeda dalam perlakuannya dengan penyelenggara pertemuan yang berasal dari perusahaan. Dapat diklasifikasikan sebagaimana terdapat pada Tabel 1.

Tabel 2. Klasifikasi Event Berdasarkan Penyelenggara Event

Penyelenggara	Peserta	Acara
Instansi Pemerintahan	Anggota instansi pemerintahan atau semi pemerintahan	Membahas isu strategis
Organisasi Non-Pemerintah	Ilmuwan atau tenaga profesional lain	Acara ilmiah yang berbasis profesional
Perusahaan atau Korporasi	Pegawai perusahaan atau beberapa perusahaan	Bisnis

Berdasarkan identifikasi penyelenggara, peserta dan acara yang dilaksanakan dapat digambarkan mengenai pemberian perlakuan pada masing-masing event. Sebagai contoh pada event yang diselenggarakan pemerintah, tingkat keamanan biasanya sangat dibutuhkan dan menjadi hal yang sangat dipertimbangkan levelnya sedangkan pada pertemuan organisasi non-pemerintah ataupun perusahaan dan korporasi biasanya lebih fleksibel bahkan tidak memerlukan pengawasan keamanan yang ketat. Hal ini juga berkaitan dengan akomodasi, alokasi ruangan, kebutuhan bahasa, dokumentasi dan hal-hal lain. secara singkat dapat dilihat pada Tabel 3.

Identifikasi hal-hal tersebut digunakan untuk menentukan konsep acara dan program-program event pertemuan. Sebagai contoh jika acara tersebut adalah acara ilmiah maka konsep program bisa diwujudkan dalam bentuk seminar, diklat, ataupun diskusi. Sedangkan konsep acara untuk sosial dapat berupa makan malam bersama, upacara pembukaan dan makan siang, upacara penutupan dan sesi foto bersama. Selanjutnya adalah menentukan program pendukung seperti outbound, permainan atau kunjungan wisata.

**Tabel 3.** Kebutuhan Event Pertemuan Berdasarkan Penyelenggara Event

Komponen	Instansi Pemerintahan	Organisasi Non-Pemerintah	Perusahaan atau Korporasi
Peserta	Hanya peserta yang diundang atau berdasarkan kesediaan menghadiri acara	Berdasarkan kesediaan menghadiri acara	Hanya peserta yang diundang
Tahap Registrasi	Sangat formal dan tidak berbayar	Anggota atau berbayar	Berdasarkan undangan dan mayoritas tidak berbayar
Akomodasi	Biaya ditanggung pemerintah	Biaya sendiri	Mayoritas ditanggung perusahaan
Keamanan	Sangat ketat	Pada umumnya tidak begitu penting	Bisa jadi sangat ketat bisa jadi tidak begitu penting
Alokasi ruangan pertemuan	Sangat kompleks	Tradisional	Pengaturan yang mudah
Transportasi dari dan ke lokasi	Sangat penting untuk disediakan, diutamakan mobil	Mandiri dari peserta	Penting untuk disediakan
Penggunaan Bahasa	Banyak bahasa terkadang membutuhkan penerjemah	Pada umumnya menggunakan bahasa yang sama	Pada umumnya menggunakan bahasa yang sama
Dokumentasi	Membutuhkan banyak dokumentasi terlebih saat acara berlangsung	Membutuhkan banyak dokumentasi sebelum acara	Biasanya tidak terlalu banyak
Panitia	Banyak dan bermacam divisi	Sukarelawan	Beberapa orang yang dianggap profesional
Protokol	Formal	Tidak begitu diperlukan	Tidak diperlukan
Rilis Media	Sangat dibutuhkan	Antara dibutuhkan dan tidak dibutuhkan	Hanya beberapa atau bahkan tidak perlu
Anggaran	Biasanya tinggi	Rendah hingga tinggi, atau ada sponsor	Tinggi

**Insentif (Incentive)**

Perjalanan insentif adalah perjalanan yang bersifat penghargaan sehingga rata-rata perjalana insentif diputuskan oleh pemberi penghargaan bukan oleh penerima penghargaan (Effendi, 2017). Pengambil keputusan terbesar biasanya adalah presiden perusahaan, di bawahnya adalah direktur pemasaran, kemudian perencana perjalanan, dan manager. Manajemen pada event perjalanan insentif dapat dilakukan dengan memenangkan penawaran perjalanan terlebih dahulu. Biasanya akan diadakan lelang untuk mendapatkan event organizer yang paling efektif dalam mengelola perjalanan insentif. Maka, strategi manajemen event ini terbagi dalam beberapa langkah, diantaranya: 1) Melihat potensi daerah destinasi; 2) Memberikan penawaran mengenai daerah di tahap pertama; 3) Memastikan fasilitas dan pelayanan yang dapat diberikan pada destinasi tersebut; 4) Membuat rencana perjalanan; 5) Menyeimbangkan antara keinginan klien dengan rencana perjalanan yang telah dibuat; 6) Menghitung anggaran; 7) Melakukan survey; 8) Jika sudah ada persetujuan terkait destinasi, program dan acara perjalanan serta biaya oleh pengambil keputusan maka dapat dilakukan perjalanan inspeksi yaitu dengan memberikan penawaran kepada pengambil keputusan untuk melakukan survei sekaligus melakukan kesepakatan terakhir. Secara umum perbedaan antara perjalanan biasa dan perjalanan insentif (Tabel 5).

Melihat beberapa kenyataan tersebut, strategi menghadapi perjalanan insentif terdiri strategi memenangkan kerjasama dan strategi selama perjalanan. Strategi memenangkan kerjasama adalah dengan mengetahui keinginan pengambil keputusan sebab hampir 70 persen keputusan berada di tangan direktur, owner, atupun CEO. Cara menarik hati pengambil keputusan dapat dilakukan dengan menunjukkan potensi daerah tujuan seperti konformitas destinasi, fasilitas yang mampu diberikan selama berada di destinasi, pelayanan staff yang ditawarkan, kapasitas destinasi untuk melakukan acara yang bersifat grup, dan sebagainya. Penentuan destinasi pada umumnya akan mempertimbangkan 6 poin berikut: 1) Tempat dan Orang. Yakni memperhatikan mengenai tempat-tempat yang menarik dan kelompok atau warga masyarakat yang memiliki adat budaya

ataupun kebiasaan yang menarik; 2) Flora dan Fauna; Flora dan fauna merupakan salah satu entitas menarik dalam setiap perjalanan wisata. Kunjungan terhadap flora dan fauna yang menjadi kekayaan alam dari lokasi destinasi akan menciptakan ingatan kebahagiaan tersendiri bagi para peserta perjalanan wisata; 3) Sejarah dan Budaya. Mengunjungi tempat yang bersejarah dan memiliki keterkaitan dengan kebudayaan setempat akan meningkatkan kepuasan peserta perjalanan. Destinasi – destinasi dengan nilai sejarah dan kebudayaan yang tinggi merupakan tempat yang selalui ingin dikunjungi oleh orang yang melakukan perjalanan wisata, maka menentukan tempat bersejarah dan memiliki keterkaitan dengan budaya merupakan hal yang harus diutamakan oleh event organizer; 4) Ekonomi. Kunjungan ke tempat yang bernilai ekonomi adalah kunjungan ke tempat-tempat yang menawarkan merchandise ataupun sentra oleh-oleh yang mana merupakan suatu hal yang khas dari sebuah perjalanan. Maka, penyajian kunjungan di tempat yang bernilai ekonomi tentu tidak boleh dilewatkan dan akan menjadi daya tarik tersendiri.

**Tabel 1.** Perbedaan Perjalanan Insentif dan Perjalanan Biasa

Perjalanan Insentif	Perjalanan Biasa
Terdapat pelayanan terhadap koper ataupun barang bawaan entah dari panitia atau tim <i>event organizer</i>	Tidak terdapat pelayanan terhadap koper ataupun barang bawaan yang lain
Administrasi perjalanan diurus oleh panitia atau tim <i>event organizer</i>	Administrasi perjalanan diurus secara mandiri atau meminta bantuan pada biro perjalanan
Program pada perjalanan insentif harus memasukkan acara mengenai perusahaan yang telah memberikan insentif	Program dan acara tidak terikat
Terdapat <i>merchandise</i> yang dinilai cukup memberikan kenangan atas perjalanan tersebut	<i>Merchandise</i> harus cari sendiri
Keputusan atas kegiatan dan tujuan selama wisata tidak melibatkan peserta wisata	Keputusan mengenai kegiatan dan tujuan selama wisata harus atas persetujuan peserta wisata
Fasilitas dan pelayanan terbaik berfungsi untuk menunjukkan tingkat royaltitas perusahaan	Fasilitas dan pelayanan terbaik untuk memberikan kepuasan terhadap peserta wisata

### Konferensi (Conference)

Konferensi dapat diartikan sebagai pertemuan yang penyelenggaraannya karena bentuk tata, adat, ataupun kebiasaan yang berdasar pada mufakat bersama, atau karena adanya perjanjian antar negara. Pada even sejenis konferensi biasanya ruangan pelaksanaan event menjadi hal yang sangat diperhatikan. Event ini biasanya bersifat lebih formal. Pada prakteknya, pelaksanaan meeting dan conference seringkali memiliki kesamaan atau merujuk pada hal yang sama. Klasifikasi peserta dalam event konferensi dapat dibedakan menjadi tiga yaitu konferensi kecil yang terdiri dari 20-50 peserta, konferensi sedang yang terdiri dari 60-200 peserta, dan konferensi besar yang terdiri dari 200-2.000 peserta. Berdasar pada sifat dan ukuran conference dapat diklasifikasikan sebagai berikut: 1) Konferensi Lokal. Diselenggarakan oleh kelompok-kelompok kecil yang memiliki potensi pada bidang tertentu. Skalanya adalah skala lokal sehingga bersifat mandiri dengan berpedoman kepada AD/ART; 2) Konferensi Daerah. Seringkali diselenggarakan oleh instansi atau pemerintah setingkat daerah ataupun organisasi swasta tingkat daerah. Konferensi ini berdasar pada AD/ART ataupun pedoman kerja daerah; 3) Konferensi Nasional. Diselenggarakan oleh pemerintah atau instansi swasta yang memiliki kewenangan di tingkat nasional. Konferensi ini biasanya membahas mengenai kemajuan suatu bangsa atau Negara; 4) Konferensi Regional. Konferensi ini biasanya diselenggarakan dalam rangka kerjasama antar pemerintah atau swasta. Skala konferensi yang luas, biasanya akan menimbulkan dampak yang cukup besar untuk penyelenggara maupun lokasi diselenggarakannya acara tersebut; 5) Konferensi Internasional. Konferensi tingkat internasional umumnya dilaksanakan berdasar pada kesamaan letak geografis, kesamaan tujuan, ataupun kesamaan visi dan misi dari beberapa negara. Pada konferensi ini akan terjadi kesepakatan – kesepakatan kerjasama yang harus dipatuhi oleh seluruh peserta konferensi.

Terkait pelaksanaan konferensi terdapat beberapa istilah yang harus dipahami agar pelaksanaan event dapat berjalan dengan baik. Istilah tersebut diantaranya adalah Professional Conference Organizeryakni badan hukum bai orang per orang ataupun sekelompok orang yang memiliki tugas untuk merencanakan, menyiapkan, dan melaksanakan konferensi yang akan diselenggarakan. Steering Committeeyakni orang yang bertugas memberikan pengarahan terkait pelaksanaan konferensi(Uhai et al., 2022). Sponsor Social Eventyaitu pihak yang menjadi sponsor acara konferensi baik berupa perorangan, suatu organisasi, perusahaan, ataupun instansi, dan sebagainya. Official Event yaitu kegiatan resmi yang diberikan untuk para peserta konferensi, Bidyakni usaha mengajukan permohonan guna terselenggaranya konferensi di suatu negara. Audio Visual Bid Documentationyaitu permohona yang bentuknya berupa film, video, ataupun slide. Pejabat Eksekutifmerupakan pengambil keputusan dalam pelaksanaan acara konferensi, dan lain-lain.

Terkait perencanaan event konferensi langkah yang dapat dilakukan adalah menyusun perencanaan, menyusun kebutuhan anggaran, melakukan pengatura ruang konferensi, serta menyiapkan akomodasi dan transportasi bila diperlukan. Pada event konferensi harus dilakukan koordinasi terkait adanya promosi acara ataupun pemberitaan kepada publik. Event konferensi bersifat lebih formal dan tertib sehingga membutuhkan manajemen acara yang lebih rapi dan detail. Tahapan penyusunan acara konferensi dapat berbentuk sebagaimana berikut: 1) Penyusunan rencana dan anggaran penyelenggaraan; 2) Mengurus perizinan acara; 3) Penyelenggaraan kegiatan kesekretariatan; 4) Mengatur serta menyiapkan kebutuhan transportasi dan akomodasi; 5) Menyiapkan lokasi konferensi beserta penataan ruang; 6) Melakukan koordinasi promosi dan public relation; 7) Mengagendakan pra dan pasca tour.

### **Pameran (Exhibition)**

Pameran secara singkat dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang memiliki tujuan menyebarluaskan informasi serta promosi yang terdapat hubungan dengan penyelenggaraan konferensi ataupun kaitannya dengan pariwisata daerah (Darma, 2022). Terselenggaranya pameran membutuhkan kerjasama dari elemen-elemen penyelenggara. Sebuah pameran biasanya terdiri dari profesional pelaksana pameran yang berupa perusahaan atau industri bisnis yang bergerak di bidang pameran. Elemen kedua adalah pelaksana pameran. Tujuan pelaksana pameran terdapat beberapa macam seperti menunjukkan eksistensi, ingin bertemu langsung dengan pelanggan, mengenalkan produk atau jasa yang dimiliki oleh pelaksana pameran, dan lain-lain. Pengunjung pameran memiliki beberapa motif diantaranya ingin mendapatkan informasi sesuai kebutuhannya, sarana mendapatkan hiburan, atau ingin mendapatkan informasi yang terjamin kebenarannya.

Terkait pelaksanaan pameran strategi yang dapat diterapkan adalah dengan mengetahui jenis pameran sehingga dapat memetakan keinginan pelaksana pameran dan pengunjung. Hal tersebut dapat menghindarkan terjadinya informasi yang rancu yang rawan menyebabkan kerusakan dan pelaksanaan event yang tidak kondisional. Pameran biasanya memiliki jangkauan yang lebih kecil dibandingkan dengan event MICE lain (Noor, n.d.). Pengunjung pameran biasanya hanya terdiri dari orang-orang yang paham tentang tema pameran. Maka, dapat dikatakan bahwa pameran merupakan event yang paling mudah untuk mengatur kondusifitas. Pelaksanaan pameran dapat memiliki beberapa perspektif sebagaimana berikut: 1) Pameran sebagai alat pemasaran. Pameran pada perspektif ini memiliki makna untuk menyampaikan pesan tertentu kepada pengunjung yang mana sasarannya sudah diidentifikasi dengan jelas; 2) Pameran sebagai tempat bertemunya pengunjung dan pemilik produk. Pada pameran komunikasi dapat terjadi secara langsung antara pengunjung dan pemilik produk. Komunikasi tersebut dapat dijadikan sebagai sarana pendekatan yang memberikan peluang tercapainya kesepakatan antara pengunjung dan pemilik produk. Secara garis besar kebutuhan atau komponen yang harus diperhatikan dalam manajemen MICE event dapat ditegaskan pada 5 poin berikut:

### **Lokasi dan ruangan**

Terkait dengan penetapan lokasi atau ruangan ada 2 kemungkinan yang dapat terjadi. Pertama penentuan lokasi dan ruangan dilaksanakan oleh klien. Kedua, penentuan lokasi atau ruangan oleh perencana. Pertimbangan penentuan lokasi atau ruangan biasanya ditinjau dari segi geografis serta kondisi lingkungan sekitar seperti keamanan, aksesibilitas, dan sebagainya.

### **Fasilitas MICE**

Fasilitas meliputi perlengkapan acara dan perlengkapan kesekretariatan. Sebenarnya tidak ada standar paten yang berlaku dan harus digunakan. Namun, setiap tingkatan event biasanya memiliki standar yang telah ditentukan. Fasilitas dan perlengkapan yang disediakan erat kaitannya dengan jenis pertemuan, lama waktu pelaksanaan, jumlah peserta, ruangan yang digunakan, pengaturan tempat duduk serta akomodasi peserta.

### **Transportasi**

Pelaksana manajemen event juga bertanggung jawab atas penanganan transportasi pada beberapa event. Transportasi dapat berlaku untuk seluruh peserta event atau sebagian peserta event bergantung pada jenis dan skala event. Transportasi dapat berupa jenis transportasi apakah transportasi darat, laut, atau udara, airport shuttle service, multiple property shuttle, transportasi VIP, transportasi tour, dan transportasi untuk staff atau panitia.

### **Makanan dan Minuman**

Makanan dan minuman salah satu komponen penting yang berperan sangat penting dalam kesuksesan dan kelancaran acara. Mengantisipasi banyaknya komplain terkait makanan dan minuman merupakan salah satu tips sukses dalam event. Hal ini berkaitan dengan lokasi dan penempatan setiap jenis makanan, room services, dan banquet capability. Perhatian terhadap makanan meliputi kualitas makanan yang terdiri dari penampilan dan daya tarik makanan dan minuman, kebersihan makanan dan minuman, jenis serta variasi makanan dan

minuman, ketersediaan stok terutama pada puncak sesi, dan keterampilan. Hal lain yang diperhatikan adalah harga makanan, teknik pemesanan, dan akses terhadap permintaan tambahan.

#### **Akomodasi**

Adapun terkait dengan akomodasi hal – hal yang harus diperhatikan adalah jumlah kamar, tipe kamar dan tempat tidur, fasilitas yang didapatkan, serta harga kamar. Aksesibilitas dari lokasi penginapan ke lokasi acara juga harus diperhatikan dengan baik. Akan lebih baik jika akomodasi bisa sesuai dengan harapan peserta. Pada pemilihan akomodasi juga harus memperhatikan peruntukan akomodasi tersebut apakah untuk peserta, panitia, komite, atau organisasi dan tamu resmi.

Salah satu strategi manajemen event adalah dengan menggabungkan kelima komponen tersebut dalam satu bentuk penawaran. Biasanya dapat diwujudkan dalam bentuk pilihan paket yang merupakan kombinasi dari tingkatan kelima komponen tersebut. Strategi paket event memang lebih efektif karena kebanyakan klien lebih suka hal yang bersifat praktis dibandingkan harus mengamati satu per satu komponen secara parsial. Namun, tidak menutup kemungkinan akan ada klien yang memperhatikan detail komponen satu per satu. Pada klien dengan karakteristik yang demikian dapat digunakan strategi penggantian paket yakni tetap menggunakan paket yang telah disediakan dengan fasilitas dapat mengganti beberapa detail sesuai dengan permintaan pelanggan.

#### **Event Non-MICE Festival, Fair dan Pariwisata Olahraga**

Karakteristik event ini adalah melibatkan banyak peserta (Arvian & Zulfebriges, 2015). Perbedaannya terletak pada tema yang diangkat. Festival biasanya mengangkat tema suatu tema besar yang fokus, fair biasanya mengangkat tema yang masih bersifat umum sehingga biasanya ada banyak bagian subtema dalam pelaksanaannya, sedangkan pariwisata olahraga sangat fokus mengangkat tema olahraga untuk dijadikan sebagai event. Contoh event, fair dan pariwisata olahraga di Indonesia yang sukses dilaksanakan adalah Jember Fashion Festival. Jember Fashion Festival mengangkat konsep festival yang menunjukkan sisi edukasi, hiburan, pameran, dan pengembangan ekonomi. Contoh pengadaan pariwisata olahraga adalah iron man di Bintan, dan tour de Flores. Pariwisata olahraga dinilai efektif karena meningkatkan nilai media dan nilai branding. Pariwisata olahraga pada dasarnya membutuhkan modal yang besar namun juga memiliki potensi pengembalian yang besar. Strategi dalam mengelola event ini adalah dengan memperhatikan wilayah pelaksanaan event, dan membuat perencanaan yang terpadu terkait ticketing, merchandise, dan sponsor.

#### **Event Non-MICE Perayaan atau Pesta**

Perayaan atau pesta merupakan event yang dapat bersifat personal namun juga bisa bersifat global. Bersifat personal ketika pelaksanaan event adalah untuk memperingati momen-momen pribadi seperti pelaksanaan khitan, lamaran, ulang tahun, ataupun pernikahan. Tiap event personal memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga perencanaan event harus memperhatikan karakteristik tersebut. Seperti pada pelaksanaan khitanan, event biasanya dilaksanakan dengan mengundang keluarga dekat dan sarat dengan unsur adat istiadat. Terdapat dekorasi yang sifatnya simpel, pemegang peran terbesar pada acara ini biasanya adalah orang tua. Berbeda dengan acara pernikahan yang secara karakteristik lebih kompleks karena tamu undangan biasanya lebih banyak yang meliputi keluarga, kerabat, dan teman. Beberapa masih bergantung dengan adat namun banyak pula yang sudah lepas dari adat. Acara menggunakan dekorasi yang mewah. Pemegang peran terbesar bisa dari orang tua bisa juga dari mempelai pengantin. Event ini biasanya akan membutuhkan kerjasama dengan vendor lain. Perayaan yang dilaksanakan secara global contohnya adalah perayaan hari kemerdekaan ataupun ulang tahun kabupaten/kota.

Selanjutnya adalah pesta, pesta dapat berbentuk banyak konsep dan kegiatan. Pada pesta biasanya dibutuhkan ketetapan tertentu sesuai dengan tema yang diangkat. Sebagai contoh pada Gala Diner biasanya acara pesta bersifat semi formal karena akan ada acara-acara seperti sambutan resmi, pidato atau penganugerahan. Pakaian yang dikenakan biasanya ditentukan dengan dresscode. Susunan acara membutuhkan konsep yang resmi namun santai. Berbeda dengan event gastronomic meal yang sifatnya lebih santai dan tidak terlalu banyak aturan terkait acara ataupun pakaian yang dikenakan selama acara. Acara ini juga biasanya tidak membutuhkan konsep acara khusus dan lebih mengalir.

Manajemen event menuntut adanya beberapa hal yang harus dilakukan agar event dapat terlaksana dengan baik. Pertama adalah adanya proposal event. Proposal event bertujuan memberika gambaran mengenai konsep event kepada pelaksana event. Proposal event harus memuat hal-hal yang dibutuhkan dalam event dan disajikan secara padat, jelas, menggunakan bahasa yang baik dan benar, memperhatikan detail event, dan sesuai fakta. Setelah proposal diterima tahap selanjutnya adalah manajemen pra event yang meliputi masa penelitian, perancangan, dan perencanaan. Perencanaan event adalah mengemukakan ide atau gagasan, menyusun anggaran, menemukan venue, dan menentukan sasaran pengunjung event (Tjiotijono, 2015). Tahap selanjutnya adalah manajemen ketika pelaksanaan event yang meliputi

mekanisme pelaksanaan, penyikapan terhadap hambatan dan tantangan yang terjadi ketika event berlangsung, dan pengawasan terhadap jalannya event. Sebelum masuk ke pelaksanaan event setiap orang yang terlibat di dalam event harus diberikan penekanan kembali terkait tugas dan fungsi masing-masing orang dalam event tersebut (Martina et al., 2019). Terakhir adalah manajemen pasca event. Manajemen pasca event terdiri dari evaluasi dan pelaporan. Evaluasi akan sangat membantu untuk mengetahui letak kekurangan selama event berlangsung dan pelaporan berguna untuk mempertanggungjawabkan segala aktivitas dan kebutuhan yang digunakan untuk pelaksanaan event.

### **Crowd Control pada Saat Event**

Untuk menjaga kondisi agar senantiasa kondusif selama acara, crowd control dapat dilakukan dengan bantuan perlengkapan barikade, ropes lines, dan sebagainya. Perlengkapan ini akan sangat membantu peserta acara untuk tertib pada bagiannya. Di samping itu, komunikasi juga penting untuk terus dilakukan, baik antar personil keamanan maupun personil keamanan dan peserta. Untuk lebih lengkapnya, berikut adalah uraian mengenai crowd control yang perlu dilakukan ketika event tengah berlangsung. Beberapa penyebab yang seringkali memicu terjadinya keributan dalam keramaian adalah karena adanya kesalahan struktur bangunan, adanya api atau hal-hal yang berkaitan dengan kelistrikan, gagalnya kontrol keramaian, sikap orang-orang dalam menghadapi keramaian, keamanan, dan kurangnya koordinasi antar pihak terkait.

Crowd management sangat dibutuhkan terutama untuk mengantisipasi adanya kejadian tidak diinginkan selama berjalannya acara. Beberapa waktu terakhir Indonesia sempat diramaikan oleh kejadian yang bersinggungan dengan crowd management yakni tragedi Kanjuruhan. Tragedi ini terjadi ketika pertandingan sepakbola yang dihelat di Stadion Kanjuruhan antara Arema FC yang merupakan tim dari Malang melawan Persebaya FC tim dari Surabaya. Kedua tim ini sering disebut sebagai derby Jawa Timur yaitu dua tim besar yang melangsungkan pertandingan yang berasal dari daerah yang sama, yakni sama-sama berasal dari wilayah Jawa Timur. Tragedi ini menelan sebanyak 135 korban dan merupakan tragedi sepak bola dengan jumlah korban meninggal terbesar kedua di dunia setelah peristiwa tragedi sepak bola di Peru yang menewaskan 328 orang. Tragedi Kanjuruhan disebutkan bermula ketika terdapat pertikaian kecil antara suporter yang turun ke lapangan dengan petugas kepolisian yang bertugas menjaga kondusifitas acara. Pertikaian yang terjadi menjadi semakin besar dan menyebabkan kekacauan di berbagai titik yang berujung pada penembakan gas air mata oleh petugas kepolisian. Gas air mata yang dimaksudkan polisi untuk meredakan kekacauan justru berbalik menjadi boomerang karena gas air mata yang ditembakkan di stadion dan ke arah tribun justru meningkatkan kepanikan penonton sehingga banyak yang berebut untuk keluar dari stadion agar terhindar dari gas air mata. Kondisi stadion yang tidak sesuai dengan standar FIFA dan adanya beberapa pintu stadion yang terkunci mengakibatkan desakan kerumunan yang berebut untuk keluar semakin tidak terkendali. Saat ini fakta mengenai penyebab banyaknya korban meninggal masih diselidiki namun mayoritas pendapat menyebutkan bahwa korban meninggal banyak yang disebabkan oleh adanya gas air mata yang kadaluarsa yang ditembakkan ke arah tribun stadion yang mana hal tersebut tidak dibenarkan dalam aturan FIFA. Penembakan gas air mata disebutkan sebagai suatu pelanggaran dalam penanganan kerumunan dan kekacauan di stadion. Pihak – pihak yang diharuskan bertanggung jawab atas kejadian ini juga masih terdapat simpang siur. Namun, hingga penelitian ini dilakukan pihak yang diminta untuk bertanggung jawab atas kejadian tersebut terdiri dari pihak penyelenggara, panitia acara, pihak kepolisian, dan pihak penyiaran. Penelitian dan investigasi masih terus berlanjut hingga batas waktu yang belum ditentukan.

Pada tingkat internasional juga terdapat sebuah tragedi yang cukup dikenang sepanjang masa. Salah satunya adalah tragedi konser musik Woodstock pada tahun 1999. Bermula pada tahun 1969 dimana Woodstock pertama kali digelar dan dijadikan sebagai pelarian oleh sebagian anak muda Amerika karena banyak anak muda yang merasa stress dan depresi setelah terjadinya serangan militer pada perang Amerika-Vietnam. Woodstock percaya bahwa konser dapat melahirkan kedamaian, persatuan, dan meningkatkan rasa kemanusiaan selain tujuan pribadi mereka yakni menggalang dana untuk mendirikan sebuah studio rekaman. Pada tahun 1999 Woodstock bermaksud untuk mengadakan konser yang menempati bekas markas Angkatan Udara. Konser direncanakan akan digelar selama 3 hari. Akan tetapi pihak promotor ternyata tidak mempersiapkan konser dengan baik. Pihak promotor mengambil keuntungan yang terlampau besar sehingga mengorbankan batas anggaran yang seharusnya digunakan untuk penyediaan fasilitas. Banyaknya makanan dan minuman yang disediakan tidak didukung dengan penyediaan fasilitas yang baik untuk penonton, suhu cuaca juga sangat panas, dan musik yang dimainkan dinilai cukup keras dan memantik peluapan emosi penonton. Hal-hal tersebut ditengarai sebagai penyebab terjadinya pecah emosi oleh para penonton yang berakibat pada penjarahan makanan dan minuman, penghancuran properti, pemerkosaan terhadap wanita, pembakaran lokasi, dan segala bentuk kerusakan yang tidak dapat dihindarkan. Kerusakan semakin membesar karena ketiadaan pihak pengamanan yang kompeten karena pihak keamanan hanya berasal dari sukarelawan yang mayoritas juga masih berusia muda. Parahnya tingkat kekacauan yang terjadi hingga menyebabkan hari itu dijuluki sebagai Hari Kematian Musik. Tidak kurang dari 1.000 orang ditemukan

terluka, dan 4 orang perempuan yang secara langsung melaporkan bahwa dirinya diperkosa. Pada akhirnya diketahui bahwa terdapat sebanyak 44 orang yang disebutkan sebagai provokator yang menyebabkan munculnya kerusuhan. Konser musik tersebut merupakan salah satu konser musik terkacau dan menimbulkan banyak kerugian sepanjang sejarah konser musik dunia. Hal ini berawal dari ketidakcakapan pihak promotor dalam menyiapkan fasilitas untuk pelaksanaan konser.

Pada sekitar Agustus 2022, di Indonesia juga terdapat sebuah event yang ramai disebutkan sebagai event yang penuh kekacauan. Event tersebut adalah event *Indothrift* yang mana merupakan sebuah event yang pada awalnya digelar sebagai ajang untuk pameran dan bazaar barang-barang *thrift*. Jadi, event ini merupakan sebuah event yang digelar oleh sejumlah panitia yang dapat disebut sebagai promotor yang bekerjasama dengan sejumlah pelaku usaha di bidang *thrift* atau disebut sebagai tenant. Kericuhan bermula ketika para tenant merasa bahwa keberadaan event itu diliputi oleh banyak kecurangan dan penipuan karena pada mulanya dikabarkan bahwa harga tiket adalah sebesar Rp 50.000 namun pada fakta di lapangan, para pengunjung yang datang ke lokasi acara diharuskan untuk membayar tiket dengan harga sebesar Rp 170.000,00 yang disebutkan sebagai tiket VIP karena tiket non-VIP yang seharga Rp 50.000 sudah habis terjual. Akan tetapi, tidak ditemukan satu orang pun dari pengunjung yang masuk ke area pameran dengan tiket seharga Rp 50.000 tersebut, jumlah pengunjung juga sangat sedikit yang mana dirasa mustahil jika dikatakan bahwa tiket terjual habis. Selain itu, pelaksanaan pameran juga dinilai kurang profesional karena penyediaan fasilitas yang dinilai tidak profesional seperti listrik yang telat menyala, ketiadaan panitia di lokasi pameran, tidak adanya pembayaran pajak, vendor tidak dibayar, perizinan acara tidak jelas dan juga pemberian kompensasi yang tidak sesuai dengan nilai yang dijanjikan oleh panitia kepada tenant. Kericuhan semakin menjadi karena para tenant mengetahui bahwa tidak ada panitia acara yang datang ke lokasi sehingga mereka mendesak para panitia untuk hadir pada lokasi. Kericuhan ini berakhir dengan adanya 4 orang panitia yang dijadikan sebagai penanggungjawab kericuhan tersebut yang dibawa ke pihak berwajib. Meskipun tidak terdapat korban jiwa namun kerugian pada acara ini dinilai hingga ratusan juta rupiah.

Pada posisi tertinggi, para narasumber mengatakan bahwa koordinasi yang tidak baik menjadi kekecewaan terbesar mereka yaitu sebesar 33,33%. Koordinasi yang tidak baik akan berimbas pada kualitas acara yang ingin diselenggarakan, apakah tidak sesuai harapan, atau bahkan gagal total. Selanjutnya adalah acara batal dengan presentase sebesar 27,78%. Acara batal menjadi ketakutan kedua terbesar bagi responden karena segala sumber daya yang dikerahkan ternyata hanya menghasilkan sesuatu yang sia-sia, kecuali adanya keadaan diluar kemampuan penyelenggara acara (*force majeure*). Berikutnya adalah pembicara utama tidak datang, yang berada pada posisi ketiga dengan presentase sebesar 16,67%. Para responden mengatakan, pembicara utama menjadi salah satu daya tarik terpenting sebuah acara. Selanjutnya, dengan presentase yang sama sebesar 5,56%, responden mengatakan bahwa kekecewaan terbesar mereka antara lain, tidak ada dokumentasi, kesalahan dalam pemilihan tempat dan waktu penyelenggaraan, banyak komplain dari peserta, dan susunan acara yang berantakan.

Pada dasarnya, *crowd control* merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengendalikan kerumunan orang banyak guna mencegah terjadinya perkelahian dan kekacauan lainnya. Dalam pengelolaan acara besar seperti festival misalnya, selain panitia, pihak keamanan dari kepolisian juga dikerahkan untuk menekan risiko terjadinya kekacauan dan rentetan dampak lainnya. Adapun beberapa tips agar *crowd control* berjalan dengan baik pada saat event: 1) Menjelaskan *crowd control & crowd management* yg perlu diperhatikan promotor/EO/marshall/securityagar event aman; 2) Sertifikasi dan pelatihan *crowd management* yang bagus di dunia, asia pasifik, asia tenggara. Termasuk apa yg dipelajari; 3) Perlunya pelatihan dan sertifikasi *crowd control/ crowd management* dari sisi swasta maupun Kepolisian.

Strategi event management untuk acara MICE biasanya mencakup hal-hal berikut: 1) Identifikasi tujuan acara: Menentukan tujuan utama acara MICE, apakah itu untuk membangun hubungan bisnis, meningkatkan penjualan, memperkenalkan produk baru, atau tujuan lainnya; 2) Pemilihan lokasi yang sesuai: Memilih lokasi yang dapat memfasilitasi pertemuan, konvensi, pameran, dan acara terkait lainnya dengan baik. Lokasi harus memenuhi kebutuhan peserta dan memberikan suasana yang sesuai; 3) Perencanaan logistik: Mengatur transportasi, akomodasi, dan kebutuhan logistik lainnya untuk para peserta acara; 4) Rencana program acara: Membuat agenda dan jadwal acara yang terperinci, termasuk sesi presentasi, pertemuan, acara sosial, dan waktu luang; 5) Manajemen anggaran: Mengelola anggaran acara dengan cermat dan memastikan sumber daya yang cukup untuk mengatasi semua kebutuhan dan persyaratan acara; 6) Pemasaran dan promosi: Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan acara, baik melalui saluran online maupun offline, serta menggunakan alat komunikasi seperti situs web, media sosial, dan surat elektronik; 7) Pengelolaan acara: Memastikan semua aspek acara berjalan lancar, termasuk pengaturan tempat, registrasi peserta, manajemen sesi, dan pengawasan umum.

Menurut (Feliciani et al., 2022) disebutkan bahwa dalam manajemen keramaian harus menempatkan penjagaan terhadap nyawa manusia pada tujuan tertinggi. Hal ini merupakan dasar dari semua filosofi dari tindakan penjagaan preventif. Terdapat 7 poin yang harus diperhatikan dalam membentuk sebuah manajemen keramaian. Poin-poin tersebut adalah sebagai berikut: 1) Know the other. Maksud dari poin ini adalah mengetahui tentang keramaian yang akan dikontrol. Pada dasarnya orang akan semakin panik pada kondisi yang semakin tinggi kerumunan. Oleh karena itu, sangat penting untuk membangun pemahaman setiap orang di dalam keramaian melalui pemberian informasi yang tepat dengan para orang yang terlibat di keramaian tersebut; 2) Know the past. Belajar dari kasus di masa lampau yang mengalami kegagalan penanganan serta memahami penyebab terjadinya insiden akan membantu untuk mencegah hal yang sama di masa depan. Pada dasarnya tujuan utama dari manajemen kerusuhan adalah untuk menjaga nyawa manusia. Akan tetapi, kemungkinan insiden terjadi akan selalu ada tidak peduli seberapa baik sistem yang telah dirancang. 3) Know the present. Pengetahuan tentang kondisi kerumunan saat ini harus dijadikan sebagai dasar dalam mengambil berbagai keputusan dalam manajemen lokasi. Pemahaman mengenai perilaku orang yang banyak secara langsung merupakan suatu hal yang penting. Hal ini dapat dilakukan dengan pemberian berbagai metode yang berbeda atau melalui umpan balik dari para staff yang bertugas di lapangan; 4) Know the future. Mencoba untuk melakukan prediksi atas suatu kejadian yang akan terjadi di masa depan berdasarkan dengan kondisi saat ini merupakan suatu hal yang sangat penting sehingga dapat mengidentifikasi resiko lebih lanjut. Berdasarkan pemikiran ini, maka diperlukan data yang diperoleh secara real-time yang dapat digunakan untuk melakukan antisipasi terhadap kejadian di masa yang akan datang baik melalui simulasi atau dengan melakukan evaluasi tindakan pencegahan resiko; 5) Know the danger. Melakukan antisipasi atas berbagai macam bahaya untuk keramaian dan melakukan penilaian yang akan berpengaruh terhadap level resiko merupakan fungsi penting dari adanya manajemen keramaian. Ketika resiko dapat diprediksi maka merupakan hal yang penting untuk memastikan bahwa mereka dapat dipahami dalam skala kuantitatif dan tingkat pemahaman tersebut akan digunakan untuk menentukan prioritas resiko. 6) Know the control methods. Kontrol keramaian haruslah digunakan untuk mengurangi resiko kejadian di masa yang akan datang. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai cara dan dapat dipilih respon yang sesuai dengan kondisi yang terjadi, sesuai dengan situasi dan level resiko yang dihadapi. Penting untuk mengetahui metode kontrol yang tersedia dan melakukan persiapannya. 7) Know the self. "Self" disini merujuk pada tim yang bertugas untuk melakukan manajemen keramaian secara bersama-sama. Adanya kesamaan informasi dan kolaborasi antara pemangku kepentingan merupakan hal yang penting untuk suksesnya manajemen. Penjelasan mengenai tanggungjawab masing-masing secara tepat sangat dibutuhkan untuk menjalankan proses pengambilan keputusan yang sama.

Secara garis besar dalam rangka menyusun sebuah manajemen event diperlukan beberapa strategi yang terdiri dari: 1) Menyusun strategi manajemen keramaian yang terdiri dari merencanakan kapasitas lokasi, memahami karakteristik keramaian yang akan timbul, merancang proses evakuasi apabila terjadi bencana yang menimbulkan keributan, dan melakukan pendekatan antar pemangku kepentingan dalam acara tersebut; 2) Melakukan analisis resiko dan persiapan yang meliputi identifikasi pemicu atau penyebab adanya keributan, menilai resiko dan melakukan perencanaan serta mengembangkan tindakan yang sesuai; 3) Menyediakan manajemen informasi dan melakukan pemberitahuan secara luas yang mana meliputi informasi yang diberikan kepada pengunjung, informasi ketika ada kunjungan, informasi untuk rekanan atau event organizer, dokumentasi untuk proses orientasi, informasi untuk petugas keamanan, informasi untuk warga sekitar lokasi acara, manajemen informasi, adanya papan petunjuk, dan penyampaian informasi serta media yang dipilih untuk dapat memberikan informasi secara efektif dan tepat; 4) Setiap orang yang terlibat dalam acara seperti pengelola acara, pihak promotor, pihak event organizer, pihak pengamanan, dan pengisi acara harus memahami mengenai tugas masing-masing yang dapat mendukung kesuksesan acara. Pengelola acara harus benar-benar memahami mengenai jenis acara yang akan diadakan serta kebutuhan acara tersebut sehingga segala kebutuhan yang diperlukan selama acara berlangsung. Hal ini digunakan untuk menghindari adanya keributan yang disebabkan oleh kebutuhan acara yang tidak terpenuhi. Pihak promotor dan pihak event organizer harus paham mengenai fasilitas apa saja yang harus dipenuhi dalam acara. harus memastikan bahwa fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung selama acara. Ketidaksihinggaan antara konsep acara, keinginan dan kebutuhan pengunjung, serta fasilitas yang disediakan dapat memicu keributan. Pihak keamanan juga harus memahami tentang prosedur pengamanan yang benar dan sesuai dengan lingkungan tempat acara berlangsung sebab jika tidak paham, alih-alih memberikan kondusifitas, pengamanan yang dilakukan dapat berpotensi mengancam nyawa manusia; 5) Mengukur tingkat keamanan dan pengamanan. Hal ini meliputi keamanan secara umum dan pedoman pengamanan, pedoman struktur bangunan termasuk di dalamnya pedoman tentang kelistrikan gedung, macam-macam tipikal fungsi pengamanan di lokasi dimana massa berkumpul, dan penyebaran hambatan; 6) Fasilitas dan pelayanan medis darurat yang meliputi pedoman pelayanan dan pengembangan pedoman berdasarkan

kondisi; 7) Manajemen transportasi dan trafik dengan merencanakan transportasi darurat; 8) Pada setiap acara yang sekira memiliki jumlah keramaian yang besar, sudah seharusnya terdapat *Action Plan*.

Action Plan terdiri dari manajemen aksi yang harus disiapkan pada tiga tingkatan kondisi acara. action plan dapat diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan yakni kondisi reguler atau kondisi dimana acara berjalan sesuai dengan rencana dan tidak timbul kerusuhan. Kedua, adalah kondisi alternatif yakni ketika kondisi pada event atau acara tidak berjalan sesuai dengan acara namun tidak sampai menimbulkan kerucuhan dan kerusuhan. Terakhir adalah kondisi emergency yakni ketika kondisi event tidak sesuai dengan acara dan timbul kerusuhan serta kerucuhan yang dikhawatirkan akan menelan korban. Pada kondisi reguler yang berarti seluruh pemangku acara hanya perlu melaksanakan tugas masing-masing sesuai dengan tugas awal. Petugas keamanan hanya bertugas untuk mengawasi jalannya acara. Panitia dan promotor melaksanakan tugas dalam mengatur pelaksanaan acara sesuai teknis yang telah disepakati. Pengisi acara menjalankan tugas untuk mengisi acara sesuai dengan konsep acara yang telah diusung. Apabila kondisi acara berada dalam kondisi status alternatif yang mana dapat diartikan terdapat gangguan pada acara namun tidak sampai berdampak pada timbulnya kerucuhan dan kerusuhan maka petugas keamanan memiliki wewenang untuk menertibkan acara atau memastikan bahwa ketidaksesuaian antara rencana dan kondisi riil pelaksanaan event tidak sampai berdampak pada timbulnya kerucuhan atau kerucuhan. Panitia serta promotor harus meningkatkan tingkat kewaspadaan dan mulai melakukan analisis mengenai hal yang berpotensi menjadi sumber kerucuhan serta melakukan perbaikan dan penanganan sekira masih dapat ditanggulangi. Pengisi acara tetap melanjutkan tugasnya untuk mengisi acara sebagaimana pada kondisi reguler. Terakhir adalah kondisi emergency atau kondisi gawat darurat. Pada kondisi ini terjadi kerusuhan dan kerucuhan yang dapat mengganggu jalannya acara dan berpotensi menimbulkan korban atau menimbulkan kerugian material dalam jumlah besar. Pada kondisi ini hal yang paling penting untuk dilakukan oleh seluruh pemangku acara adalah melakukan evakuasi. Oleh karena itu, pada action plan pihak penyelenggara harus menyediakan escape route dan rencana evakuasi. Rencana evakuasi dan perencanaan jalur evakuasi merupakan hal yang sangat penting sebab dalam kondisi kerucuhan dan kerusuhan pergerakan evakuasi harus dilakukan dengan sangat cepat sehingga perencanaan evakuasi yang matang sudah harus disusun terlebih sedari awal. Maka beberapa hal terkait action plan yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut: 1) Tugas masing-masing pemangku acara mulai dari panitia, promotor, pihak event organizer, pihak keamanan, pihak media, dan pengisi acara; 2) Susunan acara dan jadwal serta penanggungjawab setiap bagian acara yang jelas; 3) Manajemen resiko; 4) Penyediaan jalur darurat, jalur evakuasi serta metode dan teknik evakuasi; 5) Penanggungjawab tindakan evakuasi.

Terdapat beberapa negara yang menyelenggarakan sertifikasi atau pelatihan mengenai manajemen kerusuhan. Negara tersebut antara lain adalah Amerika Serikat melalui EdApp, Meirc Training and Consulting. Inggris melalui Emergency Planning College dan Cranfield University. Kanada memiliki situs TrainMyGuard.com yang dikhususkan untuk memberikan pelatihan mengenai manajemen kerusuhan dengan tarif sebesar \$35 CAD. Maka dari itu kegagalan suatu event dapat berdampak serius seperti terjadinya kerusuhan yang salah satunya terjadi di Indonesia, kegagalan event juga dapat menimbulkan ketakutan tersendiri akan kekecewaan pelanggan. Baik event MICE maupun non-MICE harus memperhatikan karakteristik dan poin-poin penting seperti lokasi, ruangan, konsep acara, protokol acara, peserta, skala acara dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa dengan mengetahui karakteristik suatu event dapat mempermudah dalam mengembangkan konsep event dan melakukan event management baik pada saat pre-event, selama event, maupun setelah event. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haendari & Salma, 2021) menyatakan bahwa Event Hijab Fest 2021 melakukan strategi event management melalui penerapan tahap-tahap pembentukan sebuah event yakni reserach, design, planning, coordiation, dan evaluation, tahap tersebut dijalankan dengan baik guna mencapai tujuan event dan menarik minat tenant serta pengunjung event HijabFest 2021. Minat tenant dan pengunjung di event Hijab Fest 2021 di era new normal dinilai berhasil meningkat dibandingkan dengan acara pada tahun sebelumnya di masa pandemic.

## Simpulan

Pada kenyataannya kegagalan penyelenggaraan suatu event memiliki dampak yang tidak bisa dipandang sebelah mata, berdasarkan penjelasan diatas setidaknya terdapat beberapa efek dari kegagalan event seperti terjadinya kerucuhan yang merenggut korban dimana kasus salah satu kasusnya terjadi di Indoneisa pada saat pertandingan sepakbola antara Arema FC melawan Surabaya FC di stadion Kanjuruhan Malang yang menelan 135 korban meninggal dunia, selain itu terdapat ketakutan tersendiri berkaitan dengan gagalnya suatu event dan memicu kekecewaan para pelanggannya, ketakutan tersebut bervariasi mulai dari kurangnya koordinasi dalam sebuah event yang dapat menimbulkan kekecewaan pelanggan yang ternyata memiliki prosentase terbesar sebanyak 33,33%, kemudian disusul dengan ketakutan gagalnya event sebesar 27,78%,

kemudian kekhawatiran tidak datangnya pembicara utama sebesar 16,67%, dan yang terakhir yaitu kekecewaan terjadi karena tidak adanya dokumentasi, kesalahan pemilihan tempat, waktu penyelenggaraan, dan banyaknya complain dari pelanggan sebesar 5,56%. Sejatinya setiap event memiliki karakteristik sendiri-sendiri yang harus dipahami agar manajemen event sesuai dengan kebutuhan dan keinginan penyelenggaraan event. Memahami karakteristik event dapat membantu meminimalisir adanya kegagalan dalam event. Event secara garis besar dapat diklasifikasikan menjadi dua golongan yaitu MICE event dan Non-MICE Event. Masing-masing menuntut perlakuan yang berbeda-beda sesuai jenisnya. Pada dasarnya manajemen event dapat disimpulkan menjadi 5 hal yang terdiri dari penelitian, perancangan, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Semua event membutuhkan tahapan tersebut namun masing-masing event membutuhkan konsep yang berbeda dalam setiap tahapannya. Klasifikasi dilakukan bertujuan untuk mempermudah penciptaan konsep dan penyesuaian jenis event, tema event, dan pelaksanaan event. Pada dasarnya, crowd control merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengendalikan kerumunan orang banyak guna mencegah terjadinya perkelahian dan kekacauan lainnya. Dalam pengelolaan acara besar seperti festival misalnya, selain panitia, pihak keamanan dari kepolisian juga dikerahkan untuk menekan risiko terjadinya kekacauan dan rentetan dampak lainnya.

## Referensi

- Afrilian, P. (2020). *Mice Industry And Event Management*. Cirebon: Nusa Litera Inspirasi.
- Akbar, D. (2012). Proses Manajemen Logistik Pada Pagelaran Seni Budaya Indonesia Channel 2011. *Epigram (E-Journal)*, 9(2).
- Arvian, D. M., & Zulfebriges, Z. (2015). Hubungan Antara Event Pacaran Dengan Brand Awareness Honda. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 28–32.
- Asnur, L., Yuliana, Y., & Yudistira, S. (2020). Analisis Manajemen Event Di Kriad Hotel Bumiminang Padang Ditinjau Dari Fungsi Pengawasan. *International Journal Of Social Science And Business*, 4(1), 102–107.
- Darma, I. G. K. I. P. (2022). *Manajemen Mice*. Nilacakra.
- Effendi, M. C. (2017). *Convention And Exhibition Center Di Yogyakarta Sebagai Pengembangan Industri Mice*. Uajy.
- Feliciani, C., Shimura, K., & Nishinari, K. (2022). *Introduction To Crowd Management: Managing Crowds In The Digital Era: Theory And Practice*. Springer Nature.
- Haendari, S. N., & Salma, A. N. (2021). Strategi Event Management Indonesia Hijab Fest 2021 Dalam Menarik Minat Tenant Dan Pengunjung Di Era New Normal. *Eproceedings Of Management*, 8(6).
- Halim, C. (2014). Analisa Pengaruh Event Involvement Melalui Event Attitude Terhadap Customer Loyalty Townsquare Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2), 1–12.
- Haries, A., & Wulandari, F. (2021). Tinjauan Manajemen Event Pasa Harau Art & Culture Festival Di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Pariwisata Bunda*, 1(2), 1–18.
- Kementerian Ppn/Bappenas; Lpem Feb Ui. (2018). *Survei Dampak Ekonomi Asian Games 2018 Jakarta-Palembang*.
- Kholik, A., Ramadhani, A. N., Patuananggi, A., & Wibowo, A. A. C. (2021). Special Event Management: Implementasi Penyelenggaraan Event Di Sektor Sosial, Pendidikan Dan Bisnis. *Jurnal British*, 1(2), 1–10.
- Manambing, M. F., Tumade, P., & Sumarauw, J. S. B. (2014). Analisis Perencanaan Supply Chain Management (Scm) Pada Pt. Sinar Galesong Pratama. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2).
- Martina, S., Jusmawati, J., & Zainal, Z. (2019). Perayaan Maulid Nabi Muhammad Saw Di Masjid Nurul Taqwa Lubuak Karambie Korong Sungai Jariah Kanagarian Sikucua Kec. V Koto Kampung Dalam Kab. Padang Pariaman (Perspektif Manajemen Masjid). *Al Imam: Jurnal Manajemen Dakwah*, 182–189.
- Nadzir, M. M. (2016). Analisis Usaha Event Organizer Mice (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) Melalui Kanvas Model Bisnis dan Peta Empati: Studi Kasus Event Organizer Di Yogyakarta Dan Surakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 170–193.
- Noor, A. A. (N.D.). *Pengertian Mice (Meeting Incentive Conference Exhibition)*.
- Nursiyam, F., & Ratnasri, A. (2018). Strategi Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Pameran. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 906–913.
- Respati, Y. A. (2022). Perkembangan Event Organizer. *Event Organizer: Teori Dan Praktek*, 13.
- Rezaky, R., & Sabrina, N. (2019). Eksistensi Java Jazz Festival Sebagai Event Musik Di Indonesia. *Nyimak: Journal Of Communication*, 3(2), 157–167.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Tafarannisa, M. A., Nursilah, N., & Haerudin, D. (2021). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time To Bloom Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Seni Tari*, 10(2), 168–175.
- Tjotijono, C. F. (2015). Perencanaan Dan Implementasi Event Marketing Pt. Abcd. *Agora*, 3(1), 771–777.

- 
- Uhai, S., Par, S. S. T., Par, M., Sinaga, C. H. E. D. F., Par, S. S. T., & Par, M. S. (2022). *Manajemen Event Di Desa Wisata*. Cv Literasi Nusantara Abadi.
- Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020). Analisis Manajemen Event (Studi Kasus Program Csr Wirausaha Muda Mandiri 2019). *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 95–112.
- Wijaya, S. (2021). *Manajemen Event: Konsep Dan Aplikasi-Rajawali Pers*. Pt. Rajagrafindo Persada.