

## Pengelolaan Event “Press the Button” PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production di Masa Pandemi Covid-19

Gloria Renatha<sup>1</sup>, Sinta Paramitha<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: gloryrenatha@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: sintap@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

---

### Abstract

The Covid 19 pandemic has hampered almost all activities or work. Starting from educational activities, office activities, etc. All people are forced to carry out all their activities at home. One type of business that has been affected by the Covid-19 pandemic is an event organizer. The existence of this pandemic limits human physical contact which requires that music events be stopped for several years. The event organizers also innovated to hold events online. However, over time, to improve the economy, the government allowed holding events offline. PT. Inti Muda Kreasi or Emvrio Production took the first step as the first event organizer to hold an offline event for the first time during a pandemic. The existence of the Press the Button event, as the first music event after the Covid-19 pandemic, has become a reference for other event organizers to create music events that can run smoothly and comply with existing health protocols. This thesis discusses how event organizers reassemble music events in the midst of the Covid-19 pandemic.

**Keywords:** Covid-19 pandemic, event marketing, event organizer

### Abstrak

Pandemi Covid 19 telah menghambat hampir seluruh kegiatan ataupun pekerjaan. Mulai dari kegiatan pendidikan, kegiatan perkantoran, dll. Seluruh masyarakat terpaksa harus melakukan seluruh kegiatannya di dalam rumah. Salah satu jenis usaha yang terkena dampak dari pandemi Covid-19 adalah *event organizer*. Adanya pandemi ini membatasi kontak fisik manusia yang mengharuskan *event* musik diberhentikan selama beberapa tahun. Para *event* organizer pun melakukan inovasi untuk mengadakan acara secara daring. Namun, seiring berjalannya waktu, guna memperbaiki perekonomian, pemerintah memperbolehkan penyelenggaraan acara secara luring. PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production mengambil langkah awal sebagai *event* organizer pertama yang mengadakan acara luring untuk yang pertama kalinya di masa pandemi. Adanya *event* Press the Button, selaku *event* musik perdana setelah pandemi Covid 19, menjadi acuan bagi *event organizer* lainnya untuk menciptakan *event* musik yang dapat berjalan dengan lancar serta patuh pada protokol kesehatan yang ada. Skripsi ini membahas bagaimana *event organizer* merangkai kembali event musik di tengah pandemi Covid 19.

**Kata Kunci:** acara pemasaran, pandemi Covid-19, penyelenggara acara

### 1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak kwartal pertama tahun 2020, memberikan dampak pada masalah kesehatan dan kehidupan sosial masyarakat, termasuk urusan pendidikan hingga ekonomi (Kennedy dan Suhendarto, 2020; Pradana dan Nur'aini,

2020; Dewi, 2020; Pakpahan, 2020; Syafrida dan Hartati, 2020). Pandemi Covid-19 menyebabkan banyak hal dan kegiatan menjadi terhambat, termasuk perkantoran atau usaha - usaha yang harus tutup atau mengurangi jumlah karyawannya. Penyebaran virus yang begitu cepat mengakibatkan seluruh masyarakat diharuskan untuk menetap di rumah selama berbulan - bulan. Pemberhentian tenaga kerja pada saat pandemi COVID-19 didominasi oleh sektor jasa pariwisata dan produksi yang melibatkan banyak tenaga kerja secara manual. Pemberhentian tenaga kerja dilakukan karena kondisi darurat. Pemberhentian tenaga kerja banyak dilakukan secara massal yang disebabkan oleh menurunnya produksi akibat rendahnya permintaan barang dan jasa (Muslim, 2020).

Selain itu, salah satu kegiatan yang dilarang pada saat pandemi adalah acara musik. Sebelum pandemi, acara musik adalah salah satu acara yang sangat dinanti - nanti oleh masyarakat dan juga musisi. Acara musik dapat dikatakan menjadi salah satu sarana mata pencaharian bagi musisi dan para penyelenggara acara. Pandemi Covid-19 sangat berdampak bagi acara musik serta orang - orang yang terlibat di dalamnya. Hal tersebut terjadi karena menyangkut kerumunan masyarakat yang sangat dilarang oleh pemerintah. Di era pandemi Covid-19 ini, pemerintah menghimbau untuk tidak mengadakan segala bentuk kegiatan yang melibatkan banyak orang dan menimbulkan kerumunan massa.

Namun, seiring berjalannya waktu banyak *event organizer* yang berinovasi untuk mengadakan *event* musik secara daring. Di akhir 2021, *event organizer* PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production akhirnya mengadakan acara musik pertama di Jakarta yang diadakan secara luring, yaitu *Press the Button* vol. 1 di Mal Senayan Park. Beberapa musisi yang mengisi acara musik ini adalah Saykoji, Rizky Febian, dan Feel Koplo, dan belasan musisi lainnya. Karena acara ini merupakan acara musik perdana di era pandemi, tentunya PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production bekerja keras dengan Kementerian Kesehatan untuk mendapatkan perizinan pelaksanaan acara musik luring. Keberlangsungan acara *Press the Button* vol.1 ini tentunya dikemas dengan protokol kesehatan yang sangat ketat. Masyarakat yang datang haru mengenakan masker, periksa suhu badan sebelum masuk *venue*, dan rutin menggunakan *hand sanitizer*. Tiap harinya, pihak *event organizer* melakukan *swab test* pada beberapa musisi, *crew* acara, dan juga penonton secara acak.

Dengan segala peraturan yang dibuat oleh pemerintah mengenai protokol kesehatan selama pandemi Covid-19, acara *Press the Button* vol.1 berjalan dengan lancar dan tertib protokol kesehatan. Keberhasilan acara ini juga menjadi acuan bagi *event organizer* lain untuk menciptakan acara musik di era pandemi dengan protokol kesehatan yang ketat.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian adalah sebuah upaya atau cara untuk merumuskan suatu masalah hingga terciptanya kesimpulan. Jenis penelitian “Dinamika *Event Organizer* dalam Menciptakan *Event* Musik Setelah Pandemi Covid-19 (Studi Terhadap *Event Press the Button*)” adalah penelitian kualitatif. Menurut Anslem Strauss, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang hasil temuan – temuannya tidak diperoleh melalui kuantifikasi, perhitungan statistik atau cara matematis yang meliputi angka – angka lainnya (Anslem Strauss, 2003). Sedangkan, menurut Suryana (Suryana, 2007), metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang temuan-temuan penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lainnya, prosedur

ini menghasilkan temuan-temuan yang diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai sarana. Sarana itu meliputi pengamatan dan wawancara, namun bisa juga mencakup dokumen, buku, kaset video, dan bahkan data yang telah dihitung untuk tujuan lain, misalnya data sensus.

Dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai perancangan *event* di tengah pandemi covid-19, penelitian "*Dinamika Event Organizer dalam Menciptakan Event Musik Setelah Pandemi Covid-19 (Studi Terhadap Event Press the Button)*" menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*). Studi kasus kualitatif menerapkan teori dalam cara yang berbeda. Metode penelitian studi kasus (*case study*) merupakan salah satu jenis penelitian yang dapat menjawab beberapa *issue* atau objek akan suatu fenomena terutama di dalam cabang ilmu sosial. Misalnya pada cabang ilmu sosiologi, penelitian kasus digunakan sebagai desain penelitian kualitatif untuk mengevaluasi kejadian atau situasi dalam dunia nyata (*real situation*).

Penelitian studi kasus pada penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam yang akan sebuah kesimpulan dari permasalahan yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati bagaimana PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production menyelenggarakan sebuah *event* musik yang bernama "*Press the Button*" di era pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data atau triangulasi sumber dengan membandingkan data dari berbagai sumber. Dengan teknik ini, peneliti melakukan wawancara kepada 5 narasumber berbeda dan membandingkannya untuk mendapatkan data yang valid.

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Pengelolaan *Event "Press the Button"* oleh PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production di masa pandemi Covid-19. PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production adalah salah satu *event organizer* di Jakarta yang memiliki cukup pengalaman di bidangnya. Salah satu *event* yang dikelola oleh Emvrio Production adalah *Press the Button*. Di masa pandemi Covid-19, karier para *event organizer* menjadi salah satu usaha yang terhambat. Hal tersebut didasarkan oleh peraturan pemerintah terkait protokol kesehatan yang diberlakukan pemerintah. Namun seiring berjalannya waktu, kasus Covid-19 mulai mereda dan pemerintah kembali mengizinkan diadakannya acara musik guna memperbaiki kondisi perekonomian Indonesia. Dengan kesempatan tersebut, Emvrio Production menjadi *event organizer* pertama yang mengadakan acara musik di Jakarta.

Proses pengelolaan *event Press the Button* selaku acara perdana di masa pandemi berlangsung dengan tidak adanya hambatan serta didukung penuh oleh instansi yang berkaitan.

*"Untuk pengelolaan event di masa pandemi tentunya kita dapat himbauan lebih, kaya mematuhi dan melaksanakan SOP/Panduan Covid-19 yang berlaku selama kegiatan event, memiliki alat ukur kesehatan pendukung yang cukup dan mudah diakses, memastikan juga suhu penonton tidak melebihi 37 celcius, memastikan setiap pengunjung mematuhi protokol kesehatan dengan menempatkan keamanan di bagian pintu masuk, dalam venue, maupun pintu keluar. Kita juga harus memasang rambu atau simbol kesehatan di beberapa titik dan Mengingatkan pengunjung melalui tim yang terbentuk, bintang*

*tamu/artis, MC, dan personal lainnya.” (Wawancara dengan Muhammad Rinaldy Prasadhana).*

Fitur yang Ditawarkan oleh Emvrio Production dalam Acara “Press the Button”. Di tengah masa pandemi Covid – 19, tentunya sangat sulit kita temui acara musik yang diselenggarakan secara luring. Dengan demikian, Emvrio Production mengadakan acara luring perdana untuk menghilangkan rasa jenuh masyarakat yang sebelumnya hanya bias menyaksikan acara musik secara daring. Berdasarkan hasil observasi dan proses wawancara dengan informan 1 dan informan 2, dapat disimpulkan bahwa Emvrio Production menerapkan proses *event marketing* dalam proses penyelenggaraan *event* Press the Button. Tujuan dari *event marketing* ini adalah untuk membangun serta mengembalikan kepercayaan masyarakat kepada dunia hiburan luring.

*“Karna pandemi kan semua jadi online, bahkan konser musik juga kebanyakan diadakan secara virtual atau paling konser dalem mobil. Jadi kita liat keresahan masyarakat yang udah kangen nonton konser offline, jadi kita rangkai event yang bisa balikin rasa kangen masyarakat untuk nonton konser ditambah bisa belanja baju – baju vintage di Press the Button”.* (Wawancara dengan Muhammad Rinaldy Prasadhana).

Identifikasi Calon Penonton di Acara *Press the Button*. Dalam tiap acara yang diadakan oleh PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production, tentunya terdapat proses pengidentifikasian calon penonton. Proses ini bertujuan untuk menentukan siapa target pasar yang akan dituju. Dalam *event Press the Button* ini, target pasarnya merupakan anak muda yang memiliki kisaran umur 16 – 30 tahunan.

*“Kita terapin demografi usia, kelas, dan market yang sesuai melalui kerjasama dengan beberapa komunitas atau stakeholder yang diimplementasikan ke promosi lewat sosial media kita”.* (Wawancara dengan Muhammad Rinaldy Prasadhana).

Dapat disimpulkan bahwa menentukan target audiens sangatlah penting. Hal tersebut didukung dengan alasan untuk mengetahui pasar yang akan dituju dan kebutuhan apa saja yang harus diberikan pada saat acara berlangsung. Menentukan Program *Event Press the Button*. Daya tarik sebuah acara adalah program *event* yang dirancang semenarik mungkin. Emvrio Production melihat mayoritas antusias masyarakat yang gemar musik hiphop, juga adalah masyarakat yang memiliki antusias pada pakaian *vintage*. Selain itu, pemilihan tempat juga sangat berpengaruh besar bagi program *event*. *Press the Button* berlokasi di Mal Senayan Park, Jakarta, yang merupakan salah satu pusat kota yang mudah diakses oleh masyarakat. Dengan pemilihan lokasi yang strategis, masyarakat tertarik untuk datang meramaikan acara ini.

*“Kita sengaja pilih tempat di Senayan karena termasuk salah satu kawasan yang dekat dari mana – mana dan mudah diakses juga.”* (Wawancara dengan Muhammad Rinaldy Prasadhana).

Selain lokasi yang strategis, pemilihan musisi yang tepat dan sesuai dengan program yang dibangun juga mendukung keramaian suatu acara. *Press the Button* bertemakan genre musik hiphop, maka itu musisi yang diundang pun merupakan musisi – musisi yang beraliran musik hiphop. Beberapa musisi yang diundang di *Press the Button* seperti Saykoji, Laze, dan Iwa K. Dengan dihadirkannya musisi hiphop ternama, komunitas hiphop di Jakarta banyak berdatangan ke acara musik ini.

Promosi merupakan salah satu proses *event marketing*. Dalam proses ini, PT. Inti Muda Kreasi atau *Emvrio Production* memasarkan kepada masyarakat luas mengenai acara yang akan diadakan. Tujuannya adalah agar masyarakat mengenal keberadaan *event* ini dan turut meramaikan selama acara berlangsung. Promosi yang dilakukan *Emvrio Production* adalah promosi organik dan menggunakan media sosial Instagram. Alasan mengapa *Emvrio Production* tidak bekerjasama dengan *media partner* adalah agar tidak mengundang massa yang terlalu banyak dan tetap menerapkan protokol kesehatan yang berlaku.

*“Kita sengaja ga pake media partner sama sekali karna kita gamau undang massa terlalu banyak. Karena gimana pun ini kan event perdana di Jakarta setelah ada pandemi. Jadi kita organik aja, gamau sampe ngelanggar aturan dan perizinan kuota yang udah dikasih.”* (Wawancara dengan Dwi Putra Sefvirano).

Dalam situasi pandemi Covid-19, tentunya merubah banyak hal. Termasuk bagaimana para *event organizer* merangkai acara agar tetap berjalan. Dengan segala keterbatasan, *Emvrio Production* berhasil mengadakan acara perdana di Jakarta secara luring setelah melewati berbagai pertimbangan. Strategi yang dirancang oleh *Emvrio Production* dapat dikatakan tepat, sehingga acara yang diadakan bisa berjalan dengan lancar dan menarik perhatian masyarakat.

*“Perbedaan ya ada banget. Mulai dari proses perizinan yang harus ditambah lagi ke Satgas Covid. Kita juga sempet ragu sih nanti cari calon penontonnya gimana, ada yang mau dateng atau engga. Tapi ya akhirnya kita optimis aja, pada akhirnya ya kita pede aja dulu, jadi jalanin deh”.* (Wawancara dengan Muhammad Rinaldy Prasadhana).

Situasi pandemi mengharuskan para *event organizer* memutar otak untuk terus mendapatkan penghasilan. Mulai dari konser virtual, konser dari mobil, hingga pada akhirnya pemerintah memperbolehkan diadakannya konser secara luring. Tentunya disertai dengan segala macam protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah. Dalam melakukan proses *event marketing* *Press The Button*, kendala utama yang dihadapi adalah kondisi pandemi yang sangat berbeda dengan sebelumnya.

*“Kendala utama kita udah pasti sih kondisi pandemi sekarang ini. Tapi mau gamau kita harus tetap puter otak dan cari ide gimana bikin event tapi tetep berpaku sama aturan dari pemerintah.”* (Wawancara dengan Dwi Putra Sefvirano).

#### 4. Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio Production telah berhasil merangkai dan menerapkan proses *event marketing* pada acaranya, yaitu Press the Button. Dengan segala dinamika yang ada, acara *Press the Button* dapat berlangsung dengan lancar dan tanpa adanya hambatan. Untuk mengadakan acara di tengah pandemi Covid-19, tentunya mengharuskan *event organizer* untuk mempersiapkan usaha yang lebih untuk keberlangsungan acara. Mulai dari perizinan tambahan yaitu kepada Satgas Covid 19, hingga membangun *brand trust* kepada masyarakat luas.

Walaupun promosi hanya dilakukan secara organik di sosial media, namun masyarakat yang tertarik untuk datang ke acara *Press the Button* mencapai target yang telah ditentukan. Hal tersebut dapat terjadi jika promosi yang dilakukan sangat baik dan sehingga berhasil menarik minat masyarakat untuk meramaikan acara. Proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Emvrio Production dapat dikatakan sukses untuk mengundang audiens.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

#### 6. Daftar Pustaka

- Anslem, Strauss, J. C. (2003). Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data. *Pustaka Pelajar*, 4.
- Dewi, W. A. F. (2020). Dampak COVID-19 terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar. *EDUKATIF J. ILMU Pendidik.*, vol. 2, no. 1, pp. 55–61.
- Kennedy, R dan Suhendarto, B. P.. (2020). Diskursus Hukum: Alternatif Pola Pengisian Jabatan Kepala Daerah di Masa Pandemi Covid-19. *J. Pembang. Huk. Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 188–204.
- Muslim, M. (2020). PHK Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23, 357.
- Pakpahan, A. Kristian. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah,” *J. Ilm. Hub. Int.*, vol. 0, no. 0, pp. 59–64.
- Pradana, A. A. Pradana, Casman C., dan Nur’aini, N. (2020) Pengaruh Kebijakan Social Distancing pada Wabah COVID-19 terhadap Kelompok Rentan di Indonesia. *J. Kebijak. Kesehat. Indones. JKKI*, vol. 9, no. 2, pp. 61–67.
- Suryana, A. (2007). Tahap-tahapan Penelitian Kualitatif Mata Kuliah Analisis Data Kualitatif. *Tahap-tahapan Penelitian Kualitatif Mata Kuliah Analisis Data Kualitatif*, 5.
- Syafrida, S. dan Hartati, R. (2020). Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia,” *SALAM J. Sos. dan Budaya Syar-i*, vol. 7, no. 6, pp. 495–508.