

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Berdasarkan rancangan program kerja praktek pada penyelenggaraan Symphonia Fest, hasil yang diharapkan dari implementasi manajemen acara adalah:

1. Perencanaan Acara

- 1.1 Tersusunnya konsep konser musik lintas genre dengan integrasi seni dan UMKM kreatif.
- 1.2 Terbentuknya susunan line-up artis lokal maupun nasional sesuai target audiens.
- 1.3 Tersusunnya rencana anggaran yang proporsional antara kebutuhan produksi, promosi, dan keamanan.

2. Pelaksanaan Acara

- 2.1 Terjalinnnya koordinasi antar divisi (produksi, publikasi, artist liaison, keamanan, konsumsi, dokumentasi).
- 2.2 Penerapan sistem keamanan yang memastikan kenyamanan penonton dan artis.
- 2.3 Terselenggaranya promosi digital dan offline sehingga target audiens dapat tercapai.

3. Evaluasi Pasca Acara (yang direncanakan)

- 3.1 Diperoleh data kepuasan penonton melalui kuesioner.
- 3.2 Tercapainya target jumlah penonton minimal 8.000 orang.
- 3.3 Adanya laporan evaluasi yang dapat dijadikan acuan untuk penyelenggaraan berikutnya.

4.2 Pembahasan

Rencana implementasi manajemen acara pada Symphonia Fest menunjukkan kesiapan dari sisi perencanaan, koordinasi tim, strategi promosi, serta manajemen risiko. Beberapa hal yang menjadi perhatian khusus dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manajemen Perencanaan

Konsep acara yang unik dan berbeda dari kompetitor diharapkan menjadi daya tarik utama bagi audiens. Diferensiasi konsep merupakan strategi penting dalam festival karena dapat menciptakan pengalaman yang khas, sehingga meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperkuat citra acara. Menurut Getz (2021), keberhasilan festival ditentukan oleh sejauh mana perencana mampu menghadirkan pengalaman berbeda dibandingkan acara sejenis. Hal ini sejalan dengan tren industri kreatif saat ini, di mana experience design menjadi faktor utama penentu loyalitas audiens (Allen et al., 2020).

2. Strategi Promosi

Promosi merupakan elemen krusial dalam menjangkau audiens target. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube terbukti efektif untuk menarik minat generasi muda, karena media tersebut memungkinkan interaksi langsung dan berbasis visual. Menurut Kotler & Keller (2016), promosi terpadu yang menggabungkan online marketing dan offline marketing akan memberikan dampak yang lebih besar dalam meningkatkan jangkauan audiens. Hal ini diperkuat oleh penelitian terbaru dari Li & Xie (2021) yang menunjukkan bahwa strategi digital engagement melalui konten kreatif dapat meningkatkan partisipasi dan minat audiens lintas daerah.

3. Koordinasi Tim

Koordinasi tim yang efektif menjadi faktor kunci dalam kelancaran penyelenggaraan acara. Perencanaan harus disertai dengan pembagian divisi dan peran yang jelas, serta komunikasi lintas divisi yang terstruktur untuk meminimalisasi potensi miskomunikasi. Menurut Wood & Gray (1991), koordinasi antar-divisi harus berbasis pada peran yang saling melengkapi. Penelitian terbaru oleh Brown & Getz (2022) juga menegaskan bahwa penggunaan teknologi manajemen proyek (project management tools) dapat memperkuat koordinasi tim, mengurangi risiko kesalahan, dan meningkatkan produktivitas dalam penyelenggaraan event.

4. Manajemen Risiko

Manajemen risiko dalam penyelenggaraan acara meliputi aspek keamanan, keselamatan, dan kenyamanan peserta. Penerapan sistem keamanan sejak awal, seperti pengaturan alur keluar-masuk, sistem tiket online, serta penempatan personel keamanan, diharapkan dapat mengurangi potensi keributan maupun kepadatan penonton. Menurut Tarlow (2014), manajemen risiko yang baik harus bersifat proaktif, bukan reaktif. Penelitian terbaru oleh Mair & Whitford (2020) menunjukkan bahwa protokol keamanan berbasis teknologi digital (seperti e-ticketing, crowd monitoring system, dan CCTV real-time) dapat meningkatkan efektivitas pengendalian kerumunan serta mengurangi potensi risiko pada festival musik berskala besar.