



## **PERANCANGAN EVENT NONTON BARENG PERTANDINGAN BOLA DI WARKOP OMAH BOTO, SURABAYA**

**Ridwan Adi Nugroho<sup>1</sup>, Nurhadi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

E-mail: [20042010062@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010062@student.upnjatim.ac.id)

### **ABSTRAK**

Sebelum melaksanakan suatu event harus dilakukan perencanaan dengan baik. Tujuannya yaitu tak lain dan tak bukan untuk kelancaran suatu event. Dengan menerapkan management event, maka penyelenggara dapat fokus pada tujuan dan kegiatan pun lebih terstruktur dalam merancang event dari awal hingga pelaksanaan event. Sama halnya event nonton bareng pertandingan bola yang diadakan oleh mahasiswa yang mengikuti magang MSIB di PT. Cybers Global Indonesia. Nonton bareng pertandingan bola adalah aktivitas berkumpul bersama di suatu tempat untuk menyaksikan pertandingan bola dari tim kebanggaannya. Aktivitas ini tidak hanya dilakukan di stadion, tetapi juga di warkop. Dalam hal ini, pemilihan tempat harus diperhatikan dengan benar, karena masyarakat harus diberikan kenyamanan selama menonton. Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu observasi dan survey lapangan. Hasil yang didapatkan yaitu event nonton bareng pertandingan bola di warkop omah boto mendapatkan respon positif dari masyarakat sekitar, terutama para pecinta bola.

**Kata kunci:** Management Event, Nonton Bareng, Pertandingan Bola, Pecinta Bola

## **DESIGN OF FOOTBALL MATCH VIEWING EVENT AT OMAH BOTO COFFEE SHOP, SURABAYA**

### **ABSTRACT**

Before carrying out an event, planning must be done properly. The goal is none other than for the smooth running of an event. By implementing event management, organizers can focus on objectives and activities are more structured in designing events from the start to the implementation of the event. It's the same with watching football matches held by students who took part in the MSIB internship at PT. Cybers Global Indonesia. Watching a soccer match together is an activity of gathering together in a place to watch a soccer match of one's pride team. This activity is not only carried out in the stadium, but also in warkop. In this case, the choice of place must be considered properly, because the public must be given comfort while watching. The research method used by the author is observation and field survey. The results obtained were that the event of watching a football match together at Omah Boto coffee shop received a positive response from the surrounding community, especially football lovers.

**Keywords:** Event Management, Watch Together, Football Match, Football Lovers

### **PENDAHULUAN**

Event merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring berjalannya waktu, dunia event semakin bertumbuh dan berkembang, baik di ranah private maupun publik sebagai salah satu pemenuh kebutuhan dalam menandai maupun merayakan momen-momen penting dalam kehidupan manusia. Event juga disebut sebagai salah satu komponen dalam pariwisata, khususnya industri perhotelan. Secara konseptual, Gerz (1997) mendefinisikan event sebagai suatu peristiwa yang terjadinya hanya sesekali di luar aktivitas manusia pada umumnya. Lebih lanjut, special event didefinisikan oleh Allen (2002) sebagai suatu kegiatan pertunjukan, selebrasi, atau upacara yang memang direncanakan dengan matang untuk menandai suatu peristiwa khusus, baik peristiwa sosial, budaya, maupun tujuan korporasi.

Perencanaan sebuah kegiatan hendaknya perlu diketahui terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai. Handoko (2003) menyebut bahwa awal utama dalam sebuah perencanaan adalah mengetahui tentang tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa depan. Tujuan adalah sebagai acuan dalam menyusun strategi dan program, karena pada dasarnya strategi dan program merupakan cara yang dipilih untuk mencapai tujuan. Penetapan tujuan event nantinya akan berdampak untuk dapat mempengaruhi bagaimana keberhasilan event dalam mempengaruhi audience untuk dapat menyaksikan merek dari produk atau jasa yang akan dikenalkan pada audience. Ada beragam jenis perencanaan, Cangara (2013) menyatakan bahwa tipe perencanaan kegiatan dibagi ke dalam dua tipe,



yakni perencanaan strategis dan perencanaan operasional. Perencanaan strategis merupakan sebuah alat manajemen sebagai sebuah petunjuk yang dapat digunakan oleh organisasi dari kondisi saat ini untuk bekerja menuju lima sampai sepuluh tahun ke depan. Adapun perencanaan operasional ialah perencanaan yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk mencapai tujuan. Terkait dengan perencanaan event management, Harris dan Allen (2002) menyatakan bahwa perencanaan dibagi kedalam dua tingkat perencanaan event, yakni pertama, perencanaan strategis yang membahas gambaran besar tentang sasaran jangka panjang event, termasuk di dalamnya strategi yang dibutuhkan untuk mencapainya, dan kedua, perencanaan operasional membahas langkah langkah tertentu yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi tersebut. Permas (2003) mengungkapkan bahwa tahapan kerangka kerja perencanaan strategis 21 umumnya dimulai dengan menetapkan jangka waktu perencanaan strategis, biasanya berkisar 3 sampai 5 tahun.

Perencanaan suatu event dikatakan baik apabila mampu mendeskripsikan konsep acara secara gamblang. Perencanaan sebuah kegiatan hendaknya perlu diketahui terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai. Handoko (2003) menyebut bahwa awal utama dalam sebuah perencanaan adalah mengetahui tentang tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa depan. Tujuan adalah sebagai acuan dalam menyusun strategi dan program, karena pada dasarnya strategi dan program merupakan cara yang dipilih untuk mencapai tujuan. Penetapan tujuan event nantinya akan berdampak untuk dapat mempengaruhi bagaimana keberhasilan event dalam mempengaruhi audience untuk dapat menyaksikan produk atau jasa. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kesuksesan acara tergantung pada perencanaannya. Oleh sebab itu, penulis ingin mengupas tahapan perencanaan event dalam acara nonton bareng pertandingan bola Timnas Indonesia Vs Argentina.

## **METODE**

Pelaksanaan penelitian dimulai dari tanggal 16 Februari 2023 sampai dengan tanggal 30 Juni 2023 di PT. Cybers Global Indonesia. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

a. Observasi (Pengamatan)

Peneliti melakukan pengamatan terkait perilaku masyarakat Surabaya menjelang pertandingan bola. Informasi tersebut akan ditelaah untuk menentukan tempat yang cocok digunakan untuk event nonton bareng pertandingan bola.

b. Survey

Peneliti melakukan kunjungan langsung ke warkop-warkop yang berpotensi untuk dijadikan tempat pelaksanaan event nonton bareng pertandingan bola. Hal ini dilakukan untuk mengetahui dan memastikan fasilitas di tempat tersebut dapat memberikan kenyamanan pada pelanggan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

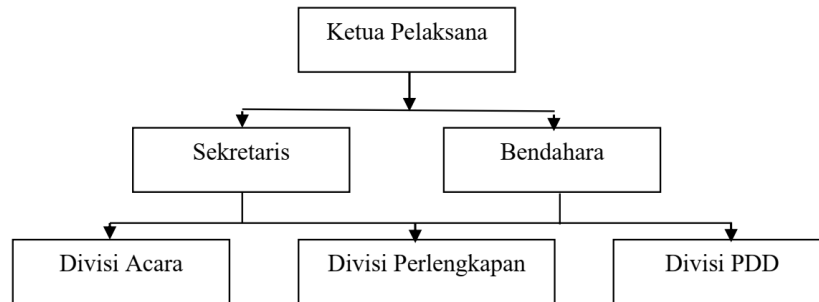
### **Deskripsi Projek**

Kegiatan ini merupakan program dari WD Network dalam upaya mensukseskan dan mengembangkan UMKM di Indonesia. Melalui program ini, para pemegang penempatan surabaya melaksanakan sebuah event sebagai kegiatan kami di program WD Network untuk meramaikan UMKM Omah Boto Coffe agar dikenal oleh masyarakat. Kami berdiskusi kepada owner UMKM dalam mengizinkan dan mensukseskan sebuah event nobar ini. kami juga berdiskusi kepada pak zainal selaku koordinator warkop digital dalam mendukung untuk berjalannya kegiatan event nobar ini. Kegiatan event nobar dilaksanakan pada tanggal 19 juni 2023, dengan mempertandingkan Indonesia vs Argentina. Pada event nobar ini, ada berbagai macam hadiah menarik yang tentunya menarik customer, salah satunya dengan menambahkan kuis tebak skor dan juga games yang wajib dalam meramaikan event kegiatan nobar ini Dalam kuis tebak skor ada syarat dan ketentuan untuk bisa mengikutinya, salah satunya harus membeli produk dari UMKM Omah Boto Coffe dengan minimal pembelian bebas. hal ini bertujuan agar UMKM bisa mendapatkan keuntungan dari *customer* yang ingin membeli produknya. Dalam kegiatan event nobar ini diharapkan bisa meramaikan UMKM dan juga mendapatkan passive income/keuntungan yang didapatkan.

### Tahapan Perancangan

#### 1. Pembentukan struktur kepanitiaan event

Menurut Yunita LD dan Handayani Tri (2018), pembentukan kepanitiaan event akan memudahkan penyelenggara untuk mengetahui apa yang menjadi tugasnya sehingga terhindar dari *miss communication* selama bertugas. Dalam hal ini, peneliti menggunakan struktur kepanitiaan sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur kepanitiaan

#### 2. Pengonsepan

Penyelenggara melakukan brainstorming dan meeting untuk membahas rundown acara dan segala kebutuhan yang diperlukan.



Gambar 2. Meeting pengonsepan event Nobar Pertandingan Bola

#### 3. Proses Desain

Setelah konsep matang, tahapan berikutnya yaitu proses desain poster publikasi dan kupon tebak skor.



Gambar 3. Poster Publikasi Event



Gambar 4. Kupon Tebak Skor

#### 4. Finalisasi

Tahap finalisasi adalah tahap persiapan menjelang event, mulai dari publikasi poster hingga pengumpulan segala kebutuhan dalam satu tempat yang sama.

### SIMPULAN

Masyarakat Surabaya memiliki antusias yang tinggi terhadap event nonton bareng pertandingan bola Timnas Indonesia Vs Argentina. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penonton yang hadir dari awal hingga akhir kegiatan. Keberhasilan kegiatan tersebut dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu 1) kekompakan panitia dalam merancang konsep acara semenarik mungkin, 2) Kesesuaian antara lokasi kegiatan dan target pasar. Harapan dari diadakannya kegiatan ini yaitu UMKM dapat berkembang dan lebih dikenal oleh masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Beech J, Kaiser JS, Kaspar R. 2014. *The Business of Events Management*. Pearson: Harlow, United Kingdom.
- Engblom S. 2010. *A Study on Event Management Case: Tomatkarnevalen. Business Economics and Tourism Thesis*, University of Applied Sciences, Vaasan Ammattikorkeakoulu.
- Kamal M dan Widodo T. 2018. Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Seminar Nasional Startup di Industri Kreatif Zaman Now Berbasis Digital Business (Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia dan Operasional). *Journal of Applied Business Administration*. 2 (1): 116 – 128.
- Khairana AP dan Artanto AT. 2022. Perancangan Event Support Jennyhouse Indonesia. *Prosiding SNADES*. Surabaya, Indonesia. [http://repository.upnjatim.ac.id/9981/1/17\\_ANNISSA%20PRIMA%20NUR%20KHAIRANA%20%28REVISI%20FP%29%20%28127-133%29.pdf](http://repository.upnjatim.ac.id/9981/1/17_ANNISSA%20PRIMA%20NUR%20KHAIRANA%20%28REVISI%20FP%29%20%28127-133%29.pdf), diakses pada 05 Juli 2023.
- Noor A. 2013. *Manajemen Event. Corporate Event Management*. Jakarta.
- Wijaya S, Kristanti M, Thio S, dan Jokom R 2020. *Manajemen Event: Konsep dan Aplikasi*. Rajawali Printing. Depok.
- Yunita LD dan Handayani T. 2018. Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. 4 (1): 14-24.