

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

*Special event* merupakan acara yang hanya diselenggarakan sekali atau dapat dikatakan jarang diadakan dan biasanya di luar program atau kegiatan inti dari penyelenggara. Sementara dari sudut pandang konsumen, *special event* dapat diartikan sebagai kesempatan untuk menikmati waktu luang, pengalaman budaya dan sosial di luar pilihan normal atau seperti biasanya serta di luar pengalaman sehari-hari (Getz, 1997).

Menurut Dorothy (1990), *special event* merupakan salah satu alat publisitas yang tepat dan efektif untuk menjaga dan mempertahankan nama perusahaan, produk, maupun sistemika layanan di hadapan publik. *Special event* biasanya memiliki tujuan khusus seperti dalam meningkatkan penjualan produk atau meningkatkan bentuk dan persona perusahaan dalam industri terkait. Sementara itu menurut Goldblatt (2002) mendefinisikan *Special Event* sebagai sebuah *moment* unik yang diselenggarakan dengan upacara dan ritual untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Bila dilihat dari klasifikasinya, Bowdin (2006) dalam bukunya yang berjudul *Event Management*, menyatakan bahwa terdapat klasifikasi *special event* yang dapat dilihat dari ukuran dan tujuannya. Dan dapat dilihat dalam table berikut:

**TABEL 1 KLASIFIKASI *SPECIAL EVENT***

<b>Ukuran</b>	<b>Tujuan</b>
<i>Local Event</i>	<i>Hallmark Event</i>
<i>Major Event</i>	<i>Culture Event</i>
<i>Mega Event</i>	<i>Sport Event</i>
	<i>Business Event</i>

Sumber: Manajemen *Special Event*, Kemendikbud (2013)

Demikian halnya dengan Konser World Tour Blackpink (Born Pink) yang diselenggarakan pada tanggal 11 - 12 Maret 2023 di Stadion Utama Gelora Bung Karno. Event ini termasuk kedalam *mega event* melihat dari skala *event* nya yang internasional dengan jumlah penonton yang hadir sekitar 70.000 orang. *Event* ini telah berhasil meraih pujian dari masyarakat karena kesuksesan acaranya. Hal ini tidak terlepas dari kerja keras para staf atau *crew* yang bertugas.

Salah satu *agency* yang menaungi para *manpower* atau yang biasa disebut *crew* ialah GSH Pro. GSH Pro *Entertainment* berdiri sejak tahun 2016 oleh Gita Suhardi (*owner & founder*) dan merupakan sebuah wadah penyedia sumber daya manusia yang berkualitas misalnya seperti *crew*, tim *hospitality*, *liaison officer*, dan *security respond*. Dimana GSH Pro dapat melakukan kerjasama dengan para *event organizer* dan promotor *event*.

Pada konser Blackpink ini, GSH Pro menyediakan *manpower* sebanyak 305 orang, dimana 9 orang disabilitas yang menggunakan

*wheelchair* juga ikut terlibat sebagai *crew*. Hal ini yang menjadi perhatian khusus dan menjadi keunikan yang dilirik banyak orang. Adapun tugas *crew* tersebut adalah sebagai *Traffic Communication*, yaitu jembatan komunikasi antara vendor dengan penonton. *Crew* yang bertugas bertanggung jawab dalam memastikan seluruh penonton yang masuk ke area stadion mendapatkan tempat sesuai dengan nomor kursi sesuai tiket mereka. Selain itu, *crew* bertugas untuk menyapa penonton yang hendak memasuki area konser dan mengantar mereka hingga ke kursi mereka masing-masing. Bila ada penonton yang tidak mendapatkan kursi, maka *crew* yang akan mengkomunikasikan kepada tim *ticketing*.

*Crew* merupakan kata populer untuk menyebut mereka sebagai pekerja dalam suatu tim. Dengan begitu, *crew* juga ada kaitannya dan merupakan salah satu bagian dari strategi pengembangan sumber daya manusia. Dalam sebuah penelitian, disajikan sebuah keterkaitan yang komprehensif mengenai praktik SDM dengan hasil kerja pekerja/karyawan. Penelitian ini menggunakan model Kemampuan-Motivasi-Kesempatan (Alfes, Antunes & Shantz 2017). Dan dalam penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa organisasi yang paling baik ialah yang memiliki sistem Sumber Daya Manusia yang memperhatikan kemampuan pekerja/karyawan, seperti misal menyediakan *manpower* dengan kompetensi yang diperlukan dalam sebuah *event* (rekrutmen, seleksi, pelatihan & pengembangan). Sementara untuk motivasi juga berkaitan dengan upaya diskresioner (imbalan formal dan informal) dan juga menciptakan peluang bagi mereka yang berkontribusi, misalnya desain

pekerjaan, kerjasama, dan interaksi sosial yang positif di tempat kerja (Lepak, Liao, Chung, & Harden, 2006).

Sementara itu, dalam penelitian ini akan membahas mengenai motivasi para *crew* yang bertugas pada Konser Blackpink. Berlandaskan dari antusiasme dan banyaknya respon positif dari masyarakat dan beberapa kali masuk *FYP (For Your Page)* sosial media serta dari liputan berita IDN Times yg penulis baca terkait kesuksesan dari GSH Pro ini dalam menyediakan *manpower* atau *crew*. Hal tersebut menjadi daya tarik penulis untuk menganalisis bagaimana motivasi *crew* tersebut.

Motivasi menurut teori Abraham H. Maslow berpengaruh terhadap psikologi manusia. Teori ini menjelaskan bahwa motivasi manusia dapat dipahami dalam hal keinginan seseorang untuk memuaskan satu atau lebih dari lima tingkat kebutuhan dasar. Boeree, G.C., (1998, 2006) membaginya dalam 5 kebutuhan seperti:

- Kebutuhan fisiologis
- Kebutuhan keselamatan dan keamanan
- Kebutuhan sosial
- Kebutuhan harga diri
- Kebutuhan aktualisasi diri / Bentuk dan ekspresi diri

Dari uraian penjelasan tersebut, alasan mengapa penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini ialah dikarenakan berdasarkan fenomena yang ada saat ini, khususnya dalam lingkup K-Pop. Dimana banyak sekali antusiasme dan animo orang-orang yang ingin terlibat langsung menjadi bagian dari konser *Girlband* asal Korea Selatan yaitu Blackpink. Selain itu,

sampai saat ini pun masih banyak konser dari artis Korea Selatan yang berlangsung di Indonesia. Maka, fenomena yang terjadi ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk melakukan tinjauan dan penelitian dari sisi motivasi para *crew* yang ingin bergabung. Akan sangat disayangkan apabila fenomena ini tidak diangkat atau diteliti. Hal ini menjadi salah satu bahan preferensi yang membantu para *agency manpower* di Indonesia untuk mempersiapkan para *crew* pada saat *event* dengan lebih baik lagi.

Melihat fenomena yang terjadi, maka penulis mengangkat topik ini untuk dijadikan sebagai bahan penelitian. Dengan mencari sumber serta preferensi dari berbagai jurnal dan buku terkait. Banyak sekali penelitian terdahulu yang membahas terkait motivasi, tetapi belum ada yang meninjau dari sisi konser yang termasuk *mega concert* seperti ini. Dari beberapa bahasan motivasi ternyata ada teori yang secara spesifik memberikan penjelasan detail terkait *special event*, yaitu teori SEVMS yang awalnya dicetuskan oleh Farell (1998) dan mengalami perkembangan oleh Hamza (2022).

Mengapa disebut sebagai SEVMS (*Special Event Volunteer Motivation Scale*), ialah dikarenakan adanya perubahan secara terus menerus dari para ahli hingga mencapai teori yang spesifik dan khusus yang dapat diterapkan pada *special event* seperti konser. Hal ini juga merupakan turunan dari penggunaan jumlah skala untuk meninjau motivasi seseorang yang diadaptasi dari jurnal Cnaan Goldberg-Glen.

Teori SEVMS ini merupakan perkembangan dari teori-teori yang sudah ada sebelumnya. Dijelaskan oleh Caldwell & Andereck (1994) pada

penelitian yang berjudul “*Motives for initiating and continuing membership in recreation-related voluntary association*”. Didalamnya membahas terkait dengan motivasi *Purposive* dan *Solidary*, dan mengalami kembali perkembangan oleh Farrel (1998) dengan menambahkan motivasi *External Traditions* dan *Commitment*. Teori-teori ini kemudian mengalami perkembangan kembali secara lebih mendetail dan terperinci oleh Hamza, dkk (2020).

Pada penelitian Hamza membahas mengenai motivasi para *volunteer* dalam *event Sport*. Sementara, dalam penelitian kali ini yang menjadi *Novelty* penelitian adalah dari sisi *Special Event* yaitu Konser Blackpink. *Novelty* penelitian merupakan temuan baru dari sebuah penelitian yang membedakan dari penelitian sebelumnya.

Dengan demikian, besar harapan penulis agar penelitian ini dapat menjadi masukan sekaligus bahan referensi yang membantu GSH Pro dalam mengevaluasi motivasi dan antusiasme orang-orang untuk bergabung menjadi bagian dari tim.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang dijabarkan oleh penulis berdasarkan pada teori motivasi SEVMS (*Special Event Volunteer Motivation Scale*) oleh Hamza (2020).

Maka dari itu, penulis mengidentifikasi motivasi dalam rumusan masalah berikut, diantaranya:

1. Bagaimana *Purposive motivation* pada *crew* GSH Pro?
2. Bagaimana *External Traditions motivation* pada *crew* GSH Pro?
3. Bagaimana *Solidary motivation* pada *crew* GSH Pro?
4. Bagaimana *Commitment motivation* pada *crew* GSH Pro?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penulisan Proyek Akhir ini ialah sebagai pemenuhan salah satu persyaratan kelulusan dalam proses pembelajaran dan akademik pada semester delapan di Program Studi Pengelolaan Konvensi & Acara, Jurusan Perjalanan, Diploma IV, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Adapun yang menjadi tujuan operasional pada penelitian ini adalah mengetahui motivasi *crew* yang bertugas pada konser Blackpink, Jakarta 2023 yang ditinjau dari motivasi *purposive*, *external traditions*, *solidary*, dan *commitment*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Proyek Akhir ini dapat menjadi bahan referensi untuk membandingkan dengan hasil penelitian lainnya yang diperoleh berdasarkan teori yang sudah ada sebelumnya

##### 2. Manfaat Praktis

Pada penulisan Proyek Akhir ini, penulis dapat mengembangkan ilmu analisis dan olah data dari jawaban yang diperoleh berdasarkan *crew* yang bergabung pada konser World Tour Blackpink, di Jakarta 2023. Selain itu, penulis dapat menjalin relasi dengan tim dan *organizer* yang menangani kegiatan konser World Tour Blackpink, di Jakarta 2023. Serta dapat menjadi masukan sekaligus bahan referensi yang membantu GSH Pro dalam mengevaluasi motivasi orang-orang untuk bergabung menjadi bagian dari tim.