

PENGALAMAN PENGUNJUNG DI *EVENT 7th SAKLE*
MOTORCYCLE GROUP ANNIVERSARY RIDE,
CHARITY AND CELEBRATION 2020

PROYEK AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu
syarat dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV**



Disusun oleh:

ANGELICA NAOMI KRISTANTI

Nomor Induk : 201621183

PROGRAM STUDI
MANAJEMEN KONVENSI DAN *EVENT*
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2021

LEMBAR PENGESAHAN (SETELAH REVISI)

PENGALAMAN PENGUNJUNG DI *EVENT 7th SAKLE MOTORCYCLE GROUP*

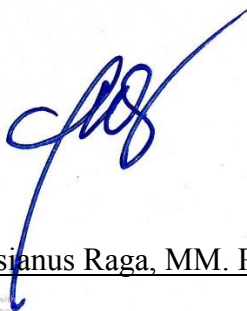
ANNIVERSARY RIDE, CHARITY AND CELEBRATION 2020

NAMA : ANGELICA NAOMI KRISTANTI

NIM : 201621183

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN KONVENSI DAN EVENT

Pembimbing I,



Marsianus Raga, MM. Par.

CS Scanned with CamScanner

NIP .19751024 200902 1 001

Pembimbing II,



Budi Setiawan, Drs., MM.

NIP .19680204 199603 1 001

Bandung, 26 Februari 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan

Andar Danova Goeltom, S. Sos, M., Sc

NIP ..19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Faisal MM. Par., CHE

NIP ..19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : ANGELICA NAOMI KRISTANTI
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 13 September 1998
NIM : 201621183
Program Studi : Manajemen Konvensi dan Event

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: *Pengalaman Pengunjung di Event 7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020*, ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 26 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



NIM 201621183

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang pengalaman pengunjung di *Event 7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020*. Diselenggarakan pada tanggal 29 Agustus 2020 yang berlokasi di Hotel and Resort Rancabango, Garut. Penelitian ini dikaji karena masih jarang studi mengenai acara Hari Jadi grup motor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sebuah pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung *Event 7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020*. Objek penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke acara tersebut dengan jumlah respondennya adalah 110 orang. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan metode pendekatan kuantitatif dan menggunakan alat ukur EES (*Event Experience Scale*). Analisis data yang dilakukan yaitu dengan teknik statistik deskriptif dengan Microsoft Excel 2016. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengunjung *7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration* merasakan pengalaman yang melibatkan perasaan, fisik dan sebuah pengetahuan baru. Hasil dari penelitian ini dijadikan sebagai bahan evaluasi kepada pihak panitia untuk dapat menyelenggarakan acara serupa dengan lebih baik agar dapat meningkatkan pula sebuah pengalaman yang dirasakan seseorang.

Kata kunci : *Event, Special Event, Grup Motor, Pengalaman, Pengalaman Event, Sakle*

ABSTRACT

This research examines the experience of visitors at the 7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020 Event. Held on August 29, 2020, located at the Rancabango Hotel and Resort, Garut. This research is studied because there are still few studies on the anniversary event of the motorbike group. The purpose of this study is to determine an experience felt by visitors to the 7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020 Event. The object of this research is visitors who come to the event with the number of respondents is 110 people. This research uses a descriptive study with a quantitative approach method and uses the EES (Event Experience Scale) measurement tool. Data analysis was carried out using descriptive statistical techniques with Microsoft Excel 2016. The results of this study indicate that visitors to the 7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration experience experiences that involve feelings, physicality and a new knowledge. The results of this study are used as evaluation material for the committee to be able to better organize similar events in order to improve an experience that someone feels.

Keywords: Event, Special Event, Motorcycle Group, Experience, Event Experience, Sakle

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kuasanya peneliti diberikan kekuatan dan kesabaran untuk menyusun penelitian yang berjudul “Pengalaman Pengunjung di *Event 7th Sakle Motorcycle Group Anniversary Ride, Charity and Celebration 2020*”.

Proyek akhir ini penulis buat untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dan diharapkan dapat membantu penulis untuk lebih berpikir kritis dalam menyelesaikan masalah.

Dalam menyusun proyek akhir ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan proyek akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Faisal MM. Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan
3. Ibu Endang Komesty S., SS., MM.Par., CHE., selaku Ketua Jurusan Perjalanan
4. Bapak Marsianus Raga, MM.Par., selaku Ketua Prodi Manajemen Konvensi dan Event dan Pembimbing I
5. Bapak Budi Setiawan, Drs., MM selaku Pembimbing II

6. Orang tua, yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan mental agar penulis bisa selalu berpikir positif dan mempunyai daya juang tinggi.
7. Anabella Nadia, adik dan teman dekat yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk penulis menyelesaikan proyek akhir ini.
8. Uti dan Omah, yang selalu memberikan dukungan doa, dukungan mental dan energi positif agar penulis dapat menyelesaikan proyek akhir dengan sabar dan tekun.
9. Kekasih hatiku Edge Thareq yang senantiasa memberikan inspirasi.
10. Serta teman-teman Manajemen Konvensi dan Event 2016 yang memberikan semangat dan bantuan

Penulis berharap proyek akhir ini dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri dan bagi pembaca. Penulis menyadari akan kekurangan dalam membuat proyek akhir ini dikarenakan keterbatasan penulis, baik dalam memberikan informasi maupun dalam penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk tercapainya kesempurnaan proyek akhir ini.

Bandung, 22 Desember 2020

Penulis

Angelica Naomi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Pembatasan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II	KAJIAN PUSTAKA
A. Kajian Teori.....	9
B. Kerangka Pemikiran	17
BAB III	METODE PENELITIAN
A. Design Penelitian	18
B. Obyek Penelitian	19
C. Populasi dan Sampel	19
D. Metode Pengumpulan Data	20
E. Definisi Operasional Variabel	22
F. Analisis Data	25
G. Jadwal Penelitian	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian	32
B. Pembahasan	48
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI
A. Kesimpulan	66

B. Rekomendasi 67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

TABEL 1 - MATRIK OPERASIONAL VARIABEL	22
TABEL 2 - HASIL UJI VALIDITAS	25
TABEL 3 - HASIL UJI REALIBITAS	28
TABEL 4 - BOBOT NILAI SKALA LIKERT	29
TABEL 5 - JADWAL PENELITIAN	30
TABEL 6 - REKAPITULASI IDENTITAS RESPONDEN	32
TABEL 7 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i>	33
TABEL 8 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i>	34
TABEL 9 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i>	35
TABEL 10 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i>	35
TABEL 11 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i>	36
TABEL 12 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i>	37
TABEL 13 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i>	38
TABEL 14 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i>	39
TABEL 15 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i>	39
TABEL 16 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i>	40
TABEL 17 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i>	41
TABEL 18 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i>	42
TABEL 19 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>PHYSICAL ENGAGEMENT</i>	43
TABEL 20 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>PHYSICAL ENGAGEMENT</i>	43
TABEL 21 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>PHYSICAL ENGAGEMENT</i>	44
TABEL 22 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>EXPERIENCING NEWNESS</i>	45
TABEL 23 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>EXPERIENCING NEWNESS</i>	46
TABEL 24 - REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>EXPERIENCING NEWNESS</i>	47

TABEL 25 – REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i> SECARA KESELURUHAN.....	49
TABEL 26 – REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i> SECARA KESELURUHAN.....	56
TABEL 27 – REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>PHYSICAL ENGAGEMENT</i> SECARA KESELURUHAN.....	58
TABEL 28 – REKAPITULASI SUB VARIABEL <i>AFFECTIVE EXPERIENCING</i> <i>NEWNESS</i> SECARA KESELURUHAN	62

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 – BAGAN KERANGKA PEMIKIRAN	17
GAMBAR 2 – SKALA RENTANG	30
GAMBAR 3 – SKALA RENTANG	48
GAMBAR 4 – SKALA RENTANG <i>AFFECTIVE ENGAGEMENT</i>	49
GAMBAR 5 – SUASANA EVENT.....	50
GAMBAR 6 – KEIKUTSERTAAN ANGGOTA GTR	51
GAMBAR 7 – KETERLIBATAN GTR MEMPERSIAPKAN EVENT	52
GAMBAR 8 – KANTOR BUPATI GARUT	53
GAMBAR 9 – KANTOR KEJAKSAAN NEGERI GARUT	53
GAMBAR 10 – DANDIM, KAPOLRES DAN KAPOLSEK GARUT.....	54
GAMBAR 11 – DUKUNGAN EVENT DARI WAKIL GUBERNUR JABAR.....	54
GAMBAR 12 – SKALA RENTANG <i>COGNITIVE ENGAGEMENT</i>	57
GAMBAR 13 – SKALA RENTANG <i>PHYSICAL ENGAGEMENT</i>	59
GAMBAR 14 – PAK YANA DENGAN PAK ATO HERMANTO	60
GAMBAR 15 – DESIGN MERCHANDISE DAN PROMOSI EVENT	61
GAMBAR 16 – SKALA RENTANG <i>EXPERIENCING NEWNESS</i>	63
GAMBAR 17 – TITIK KUMPUL KEBERANGKATAN	65
GAMBAR 18 – SERAH TERIMA ALAT KESEHATAN KEPADA HDCI GARUT	65

DAFTAR PUSTAKA

- Abrahams, R. D. (1986). ordinary and extraordinary experience. In V. W. Bruner, *the antropology of experience* (pp. 45-72). Urbana: University of Illinois Press.
- Ahola. (2005). how is the concept of experience defined in consumer culture theory? Diffrent frames on analysis. *Kuluttajatutkimus. Nyt (Publication of the Finnish Association of Consumer Research*, 91-98.
- Allen, J. (2002). *The Business of Event Palnning - Behind the Scenes Secrets of Succesfull Special Events*. Canada: John Willey & Sons Canada Ltd.
- Anderson, D. T. (2007). the tourist in the experience economy. *scandinavian journal of hospitality and tourism*, 46-58.
- Azwar. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ballantyne. (2011). visitors learning for environmental sustainability : testing short and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modeling. *Tourism Management*, 1243-1252.
- Bandung, D. K. (2019, 10 23). *Event*. Retrieved from Jelajahnusae.com: <https://www.jalajahnusae.com/event/23/10/2019/inilah-daftar-event-dalam-bandung-calendar-of-event-2020/2/>
- Diane Sykes, K. K. (2012). Mapping the Study of Motorcycle Tourism: Impacts and Opportunities. *Proceedings of International Conference on Tourism and Events: Opportunities*, 27.
- Getz. (2008). Event Tourism : Definition, evolution and research. *Tourism Management*, 403-428.
- Getz, D. (2012). *Event Studies : Theory, Research and Policy for Planned Events (2nd Ed)*. London: Routledge.
- Geus, S. d., Richards, G., & Toepoel, V. (2015). Conceptualisation and Operationalisation of Event and Festival Experience : Creation of an Event Experience Scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 22.
- Goldblatt, J. (2002). *Special Event Twenty-First Century Global Event Management Third Edition*. New York.
- Gupta, S.(1999). *the contextual and dialetical nature of experience*. Thousand Oak, CA: Sage.
- Hirschman, H.(1982). the experiential aspects of consumption : consumer fantasies, feelings, and fun. *the journal os consumer research*, 132-140.
- Hull., R.B. (1990). Mood as a product of leisure : causes and consequences. *Journal of Leisure Research*, 99-111.

- Iso-Aloha, M. (1987). psychological nature of leisure and tourism experience. *annals of tourism research*, 314-331.
- Kleiber, M. (1997). *A Social psychology of leisure*. State College: Venture.
- Liu & Chen. (2007). The effects of festivals and special events in city image design. *Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China*, 255-259.
- Moh. Nazir, P. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morgan, M. (2008). What makes a good festival ? Understanding the event experience. *Event Management*, 81.
- Mossberg., L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 59-74.
- Noor, A. (2013). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Pine, B. J. (1999). *The Experience Economy : Work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prahalad, C. K. (2004). Co-creation experiences : The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 5-14.
- Ritchie, T. &. (2011). exploring the essence of memorable tourism experiences. *annals of tourism reasearch*, 1367-1386.
- Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Stamboulis, Y. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism. *Tourism Management* 24, 35-43.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana. (2003). *Intergrated Marketing Communication : Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.