



**PROSES PEMBUATAN *EVENT* SKALA INTERNASIONAL  
DI PT. BINTAN RESORT CAKRAWALA  
STUDI KASUS *TOUR DE BINTAN***

*International scale event-making process at PT. Bintan Resort Cakrawala  
Case study Tour de Bintan*

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Oleh

**Balqis Nurbaity Oka Widani  
NIM. 150903102042**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2018**



**PROSES PEMBUATAN *EVENT* SKALA INTERNASIONAL  
DI PT. BINTAN RESORT CAKRAWALA  
STUDI KASUS *TOUR DE BINTAN***

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya  
program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Oleh

**Balqis Nurbaity Oka Widani  
NIM. 150903102042**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2018**

**PERSEMBAHAN**

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Ibunda Sugeng Suwarni dan Ayahanda Ali Imron yang selalu mendoakan dan selalu mendukung dari segi apapun
2. Almamater tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

**MOTTO**

Teruslah bermimpi, teruslah bermimpi, bermimpilah selama engkau dapat bermimpi! Bila tiada bermimpi, apakah jadinya hidup! Kehidupan yang sebenarnya kejam.

-Raden Ajeng Kartini-

Terkadang, kesulitan harus kamu rasakan terlebih dulu sebelum kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu.

-Raden Ajeng Kartini-

---

\*) <http://www.cosmopolitan.co.id/article/read/4/2017/11889/17-kutipan-ra-kartini-yang-paling-inspiratif>

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Balqis Nurbaity Oka Widani

NIM : 150903102042

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “PROSES PEMBUATAN *EVENT* SKALA INTERNASIONAL DI PT. BINTAN RESORT CAKRAWALA” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 11 Juli 2018

Balqis Nurbaity Oka Widani  
NIM 150903102042

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

**PROSES PEMBUATAN *EVENT* SKALA INTERNASIONAL DI PT.  
BINTAN RESORT CAKRAWALA**

Oleh

Balqis Nurbaity Oka Widani  
NIM 150903102042

Pembimbing  
Indra Perdana Wibisono, S.ST., MM.  
198701052014041001

**PENGESAHAN**

Laporan Praktek Kerja Nyata berjudul “Proses Pembuatan *Event* Skala Internasional di PT. Bintang Resort Cakrawala” telah di uji dan di sahkan pada:

Hari, tanggal : Senin, 23 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Tim Penguji:

Ketua,

Hermanto Rohman, S.Sos., MPA  
NIP 197903032005011001

Sekretaris,

Anggota,

Indra Perdana Wibisono, S.ST., M.M  
NIP 198701052014041001

David K. Susilo, S.E., M.M  
NIP -

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Dr. Ardiyanto, M,Si  
NIP 195808101987021002

## RINGKASAN

**Proses Pembuatan *Event* Skala Internasional di PT. Bintan Resort Cakrawala Studi Kasus *Tour de Bintan*;** Balqis Nurbaity Oka Widani, 150903102042; 2018; 63 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Keindahan destinasi pariwisata Indonesia telah diakui dunia dan telah mendapatkan penghargaan dari berbagai kalangan pariwisata. Di tahun 2017 pariwisata Indonesia telah berhasil masuk 50 besar pariwisata dunia pada urutan ke 42. Menteri Pariwisata bapak Arief Yahya menargetkan 17 juta wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia pada 2018.

*Event* menjadi salah satu ajang promosi pariwisata di Indonesia untuk mendatangkan wisatawan. *Event-event* tersebut tergabung dalam kalender yang di sebut *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018. Salah satu provinsi di Indonesia yang terjadwal dalam *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018 ialah Kepulauan Riau. Enam *event* Kepulauan Riau masuk dalam *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018 dari total 130 *event* yang tersebar di daerah Kepulauan riau. Salah satu *event* di Kepulauan Riau yang tidak hanya populer di Indonesia namun juga dunia adalah *Tour de Bintan*.

*Tour de Bintan* merupakan *sport tourism* yang diselenggarakan oleh PT. Bintan Resort Cakrawala dan bekerjasama bersama Pemerintah daerah serta masyarakat lokal. Selain berhasil masuk dalam kalender *Calendar of Event Wonderful Indonesia*, *Tour de Bintan* berhasil masuk dalam kalender olahraga dunia *Union Cycliste Internationale* (UCI). *Event* yang rutin dilaksanakan setiap tahun ini telah disiapkan sejak setahun sebelum acara tersebut dimulai. Untuk pembuatan *event Tour de Bintan* penulis membahas dua bagian yaitu proses perencanaan *event* dan produksi *event*.

Terdapat beberapa tahap dalam perencanaan *Tour de Bintan* seperti menjabarkan ide menjadi konsep, pembentukan tim, pembagian kerja, pengembangan konsep kreatif, penentuan observasi, promosi, publikasi dan sosialisasi dan yang terakhir yaitu penyelesaian administrasi. Sedangkan untuk

tahap-tahap produksi *event* yaitu kesiapan pengisi acara, kesiapan perlengkapan, kesiapan pengamanan, kesiapan kru dan proses *event* sesuai dengan *rundown*.

Konsep yang dilaksanakan hampir sama seperti konsep balap sepeda lainnya, yang membedakan yaitu keindahan alam yang disajikan. Tidak banyak kendala yang dihadapi dalam produksi *event*, kendala dari *event* ini yaitu tidak tersedianya ambulans berstandar internasional sehingga mereka membawanya dari Singapura. Meskipun *Tour de Bintan* telah dikenal olah turis asing, namun kurangnya promosi di dalam negeri membuat tidak semua masyarakat mengetahui mengenai *event* ini sehingga membutuhkan dukungan dari banyak pihak dalam promosi.

## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “PROSES PEMBUATAN *EVENT* SKALA INTERNASIONAL DI PT. BINTAN RESORT CAKRAWALA”. Laporan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan diploma tiga (DIII) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan tugas akhir ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata
4. Indra Perdana Wibisono, S.ST., M.M selaku dosen pembimbing tugas akhir
5. Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par selaku dosen pembimbing akademik
6. Pihak HRD PT. Bintang Resort Cakrawala yang telah memberikan kesempatan bagi penulis dalam melaksanakan praktek kerja nyata
7. Ibu Helsa Caesaria selaku mentor dalam Tim *event coordinator* yang telah membagi ilmunya kepada penulis selama melakukan praktek kerja nyata
8. Sahabat-sahabat serta teman seperjuangan Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Penulis juga menerima segala kritik dan saran bagi semua pihak demi kesempurnaan karya tulis ini. Akhirnya penulis berharap, semoga karya tulis ini dapat bermanfaat.

Jember, 11 juli 2018

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata</b> .....	4
1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata .....	4
1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Pariwisata</b> .....	5
<b>2.2 <i>Meetings, Incentives, Conventions Dan Exhibitions (MICE)</i></b> ....	5
<b>2.3 <i>Events</i></b> .....	7
2.3.1 Definisi <i>event</i> .....	7
2.3.2 Karakteristik <i>event</i> .....	7
2.3.3 Jenis <i>event</i> .....	9
2.3.4 <i>Event Management</i> .....	10

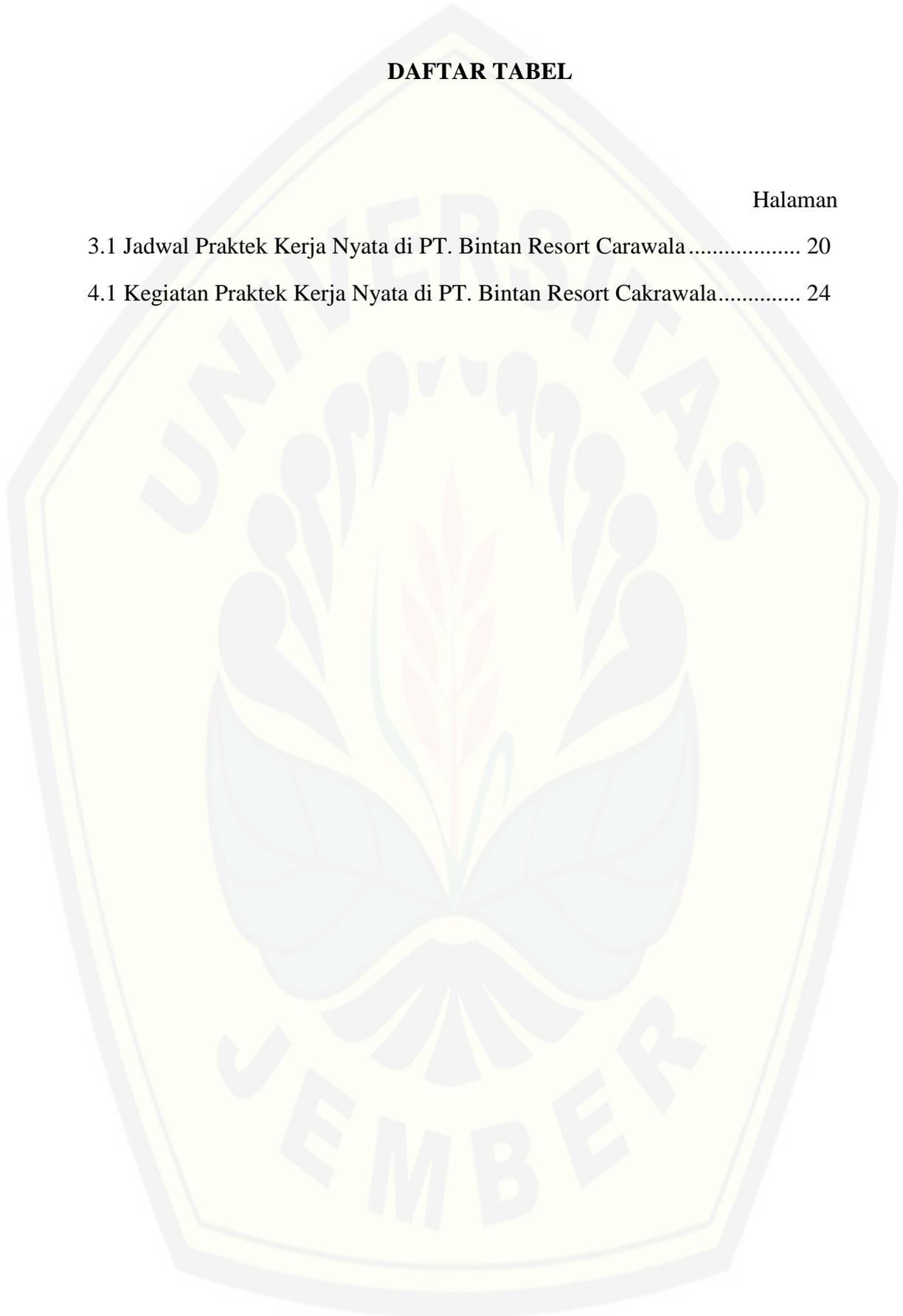
2.3.5 <i>Event Organizer</i> .....	10
<b>2.4 <i>Special Event</i></b> .....	11
2.4.1 Definisi <i>special event</i> .....	11
2.4.2 Tujuan <i>Special event</i> .....	12
2.4.3 Jenis-jenis <i>special event</i> .....	12
2.4.4 Bentuk <i>special event</i> .....	14
2.4.5 Prinsip-prinsip umum persiapan <i>special event</i> .....	15
<b>2.5 Perencanaan <i>Event</i></b> .....	15
<b>2.6 Produksi <i>Event</i></b> .....	18
<b>2.7 Pasca Produksi <i>Event</i></b> .....	19
<b>BAB 3. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA</b> .....	20
<b>3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata</b> .....	20
3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata .....	20
3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata .....	20
<b>3.2 Ruang Lingkup Praktek Kerja Nyata</b> .....	21
3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan .....	21
3.2.2 Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata .....	21
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data</b> .....	21
3.3.1 Jenis data .....	21
3.3.2 Sumber data .....	22
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	22
<b>BAB 4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN</b> .....	24
<b>4.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata</b> .....	24
<b>4.2 Struktur Organisasi <i>Bussines Department</i></b> .....	40
<b>4.3 <i>Tour de Bintang</i></b> .....	42
<b>4.4 Perencanaan <i>Tour de Bintang</i></b> .....	43
<b>4.5 Produksi <i>Tour de Bintang</i></b> .....	49
<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....	59
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	59
<b>5.2 Saran</b> .....	60

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	61
<b>LAMPIRAN</b> .....	63



**DAFTAR TABEL**

	Halaman
3.1 Jadwal Praktek Kerja Nyata di PT. Bintang Resort Carawala.....	20
4.1 Kegiatan Praktek Kerja Nyata di PT. Bintang Resort Cakrawala.....	24



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
4.1 Struktur <i>Bussines Development</i> .....	40
4.2 <i>Flowchart</i> Perencanaan <i>Event Tour de Bintan</i> .....	44
4.3 <i>Meeting Tour de Bintan</i> di <i>Bintan Buyu</i> .....	46
4.4 Indopos mempublikasikan <i>Tour de Bintan</i> .....	48
4.5 Gambaran konvoi kendaraan <i>tour de bintan Classic/Century</i> .....	50
4.6 Gambaran konvoi kendaraan <i>tour de bintan Challenge/Disco</i> .....	51
4.7 <i>Car labels tour de bintan</i> .....	51
4.8 <i>Event schedule tour de bintan Friday</i> .....	52
4.9 Peserta mengisi <i>waiver form</i> .....	53
4.10 <i>Race kit</i> yang diterima peserta .....	53
4.11 <i>Route 17km Individual Time</i> .....	54
4.12 <i>Plaza Lagoi Venue</i> .....	55
4.13 <i>Event schedule tour de bintan Saturday</i> .....	55
4.14 <i>Route 144km Classic</i> .....	56
4.15 <i>Route 82km Challenge</i> .....	56
4.16 <i>Simpang lagoi venue</i> .....	57
4.17 <i>Event schedule tour de bintan Sunday</i> .....	57
4.18 <i>Route 111km Century</i> .....	58
4.19 <i>Route 55km Discovery</i> .....	58
4.20 <i>Bandar Bentan Telani venue</i> .....	58

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
1. Surat Permohonan Praktek Kerja Nyata .....	63
2. Surat Penerimaan Praktek Kerja Nyata .....	64
3. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata .....	65
4. Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata .....	66
5. Sertifikat Praktek Kerja Nyata .....	67
6. Lampiran Foto Praktek Kerja Nyata .....	68

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Keindahan destinasi pariwisata Indonesia telah diakui dunia dan telah mendapatkan penghargaan dari berbagai kalangan pariwisata. Di tahun 2017 pariwisata Indonesia telah berhasil masuk 50 besar pariwisata dunia pada urutan ke 42. Saat ini pariwisata merupakan salah satu industri terbesar yang menghasilkan devisa bagi negara. Pada tahun 2016 hingga 2017 pariwisata menempati urutan kedua dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak kelapa sawit. Pariwisata telah menjadi sektor ekonomi penting di Indonesia. Pariwisata juga merupakan sektor yang dapat dikembangkan dan dapat memberikan kontribusi besar bagi suatu wilayah atau negara. Menteri Pariwisata bapak Arief Yahya terus meningkatkan target wisatawan setiap tahunnya. Di tahun 2018 beliau menargetkan 17 juta wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia. *Event* menjadi salah satu strategi pemerintah untuk dapat mencapai target tersebut.

*Event* merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. *Event* diadakan karena beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan seperti memberikan informasi secara langsung dan mendapatkan timbal balik yang positif dari publiknya, menjadi media komunikasi sekaligus mendapatkan publikasi sehingga pada akhirnya publik sebagai target sasaran akan memperoleh pengenalan, pengetahuan dan pengertian mendalam (Noor, 2009).

Dalam pembuatan *event* menurut Hafidz (2007) terdapat beberapa tahapan seperti proses pra-produksi/perencanaan, tahap produksi, dan tahap pasca produksi. Tahap pra-produksi/perencanaan *event* dimulai dengan menentukan tujuan yang dapat diterima dengan jelas oleh setiap anggota tim yang akan terlibat dalam pelaksanaan *event*. Salah satu kegunaan perencanaan adalah untuk

mengantisipasi masalah yang akan timbul serta pemecahannya. Perencanaan akan berhubungan dengan keterkaitan pihak penyedia barang dan jasa yang akan mendukung terselenggaranya *event*, sehingga perlu memasukkan pihak pendukung sejak awal dalam proses perencanaan (Noor, 2009).

Setelah perencanaan *event* telah dilakukan, langkah selanjutnya adalah tahap produksi. Tahap produksi adalah saat semua tim bekerja di lapangan mempersiapkan *event*, sampai *event* selesai digelar. Dalam produksi, kinerja sebuah *event organizer* akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak, baik itu penyandang dana/sponsor, *supplier* maupun *event organizer* lain, terutama penonton. Bila dalam tahap pra-produksi/perencanaan semua tahap sudah jelas dan terkonsep, maka dalam produksi akan berjalan lancar. Dalam proses produksi, sebuah *event* tidak hanya diharapkan sukses namun dapat berkesan di hati wisatawan. Tahap terakhir adalah tahap pasca produksi, tahap ini merupakan tahap pertanggung jawaban acara yang telah berlangsung (Hafidz, 2007).

*Event* menjadi salah satu ajang promosi pariwisata di Indonesia, *event-event* tersebut tergabung dalam kalender yang di sebut *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018. *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018 merupakan kalender *event* nasional yang tersebar di setiap provinsi di Indonesia. Terdapat 100 dari 3.000 *event* lokal yang di pilih Kementerian Pariwisata untuk masuk dalam *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018. 100 *event* tersebut merupakan *event* utama atau *premiere* atau *core event* yang akan menjadi *icon* kegiatan pariwisata Indonesia tahun 2018. *Event* yang dipilih merupakan *event* yang dapat mewakili keberagaman dan keindahan Indonesia serta layak/telah memenuhi standar Internasional. Standar yang dimaksud meliputi Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi. *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018 menjadi daya tarik baru bagi wisatawan. Kementerian Pariwisata memadukan keindahan alam Indonesia dengan keberagamannya melalui *event*.

Salah satu provinsi di Indonesia yang terjadwal dalam *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018 ialah Kepulauan Riau. Kepulauan Riau (Kepri) menjadi salah satu provinsi yang saat ini juga mempromosikan daerahnya

melalui *event*. Enam *event* Kepulauan Riau masuk dalam *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018 dari total 130 *event* yang tersebar di daerah Kepulauan Riau. Salah satu *event* di Kepulauan Riau yang tidak hanya populer di Indonesia namun juga dunia adalah *Tour de Bintan*. Sesuai namanya *Tour de Bintan* merupakan *sport tourism* berskala Internasional yang dilaksanakan di Bintan. *Tour de Bintan* diadakan oleh PT. Bintan Resort Cakrawala yang berkerjasama dengan Pemerintah daerah dan seluruh masyarakat lokal. *Tour de Bintan* tidak hanya berhasil masuk dalam *Calendar of Event Wonderful Indonesia* (CoE WI) 2018 namun juga dalam kalender olahraga dunia. *Event* yang menggabungkan keindahan alam dan olah raga ini telah dilaksanakan sejak tahun 2010 dan terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya dari jumlah peserta maupun wisatawan mancanegara. Tahun 2018 *Tour de Bintan* diikuti 1200 atlet dari 48 negara. *Event* ini mampu menarik wisatawan sebanyak 7.000 wisatawan mancanegara di tahun 2018. Terdapat delapan kategori untuk *Male* dan *Female* dalam *Tour de Bintan*.

PT. Bintan Resort Cakrawala dipilih penulis dalam praktek kerja nyata karena berhasil menggabungkan keindahan alam di Bintan dengan *Event Sport Tourism* yang dilaksanakan sehingga tidak hanya di kenal di Indonesia namun juga dunia. Hal ini yang membuat penulis ingin belajar dan menggali lebih dalam lagi bagaimana dalam mengelola *event* mulai proses perencanaan hingga proses produksi *event*. Sehingga menginspirasi penulis untuk membuat tugas akhir yang berjudul “Proses Pembuatan *Event* Berskala Internasional di PT. Bintan Resort Cakrawala” dengan studi kasus *Tour de Bintan*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, pokok permasalahan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana proses perencanaan *event Tour de Bintan* yang dilaksanakan oleh PT. Bintan Resort Cakrawala?
- b. Bagaimana proses produksi *event Tour de Bintan* yang dilaksanakan oleh PT. Bintan Resort Cakrawala?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat

#### 1.3.1 Tujuan

Praktek kerja nyata ini memiliki beberapa tujuan, diantaranya adalah:

- a. Mengetahui proses perencanaan *event Tour de Bintan* yang dilaksanakan oleh PT. Bintan Resort Cakrawala
- b. Mengetahui proses produksi *event Tour de Bintan* yang dilaksanakan oleh PT. Bintan Resort Cakrawala

#### 1.3.2 Manfaat

Praktek kerja nyata ini memiliki beberapa manfaat, diantaranya adalah:

- a. Bagi Penulis
  - 1) Sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa/mahasiswi yang telah melakukan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata Universitas Jember.
  - 2) Sebagai masa orientasi dalam menghadapi dunia kerja yang nyata sehingga dapat mempersiapkan diri untuk memasuki kehidupan kerja yang semakin kompetitif.
- b. Bagi Instansi/Perusahaan

Untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan dalam hal sumber daya manusia (SDM) dan memungkinkan perusahaan akan mendapatkan masukan yang dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan di bidang usahanya.
- c. Bagi Pembaca

Untuk menambah wawasan dan memberikan informasi mengenai proses pembuatan dan proses produksi *event* berskala Internasional yang diselenggarakan oleh PT. Bintan Resort Cakrawala.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pariwisata

Pariwisata di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata menurut Spillane dalam Wahid (2015) adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Pariwisata menurut Sinaga (2010), pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata.

### 2.2 *Meetings, Incentives, Conventions Dan Exhibitions (MICE)*

Wisata *meetings, incentives, conventions* dan *exhibitions* (MICE) menurut Pendit dalam Gunawijaya *et al* (2006) terdiri dari empat pokok kegiatan utama yaitu *meetings, incentives, conventions* dan *exhibitions*. Keempat jenis kegiatan itu merupakan usaha untuk bentuk memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (para pelaku bisnis, cendekiawan, para eksekutif pemerintah maupun swasta) untuk membahas berbagai masalah berkaitan dengan kepentingan bersama termasuk juga memamerkan produk-produk bisnis.

*Meetings, incentives, conventions* dan *exhibitions* (MICE) sebagai bagian integral dari usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran dalam suatu rangkaian kegiatan pelayanan bagi pertemuan/berkumpulnya orang-orang atau sekelompok orang (nagarawan, usahawan, cendekiawan, publik, dan sebagainya pada

suatu tempat yang terkondisikan oleh suatu permasalahan, pembahasan atau kepentingan bersama (Gunawijaya *et al*, 2006).

*Meeting* merupakan istilah bahasa Inggris yang berarti rapat atau pertemuan. Sebenarnya unsur ini sudah lama ada, yaitu sejak sebuah masyarakat atau komunitas besar terbentuk dimanapun berada (Herawati, 2008). *Meetings* merupakan rapat atau pertemuan sekelompok orang yang tergabung dalam suatu asosiasi atau perusahaan yang memiliki kesamaan minat dengan tujuan dan kepentingan membahas suatu permasalahan bersama. *Meeting* bukanlah suatu kegiatan yang sederhana. Didalamnya terdapat faktor-faktor penting misalnya siapa yang membuka (pimpinan *meeting*), kapan dan dimana *meeting* dilaksanakan, masalah bersama apa yang dibicarakan, perlengkapan fisik apa saja yang diperlukan dan sebagainya (Gunawijaya *et al*, 2006). Pengertian *incentive* dalam MICE merupakan pemberian penghargaan berupa perjalanan wisata ke suatu tujuan wisata sebagai bagian dari meningkatkan sumber daya manusia perusahaan (Herawati, 2008). Perjalanan insentif merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra saja sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka, kaitannya dalam penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan dan atau pameran (Gunawijaya *et al*, 2006). Sedangkan *conventions* adalah pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, profesional, dan lain-lain) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Biasanya dalam jumlah peserta yang besar (Gunawijaya *et al*, 2006). Terakhir yaitu *exhibition* merupakan suatu bentuk kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, mempromosikan dan menyebar luaskan informasi hasil produksi barang/jasa maupun informasi visual di suatu tempat tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk disaksikan secara langsung oleh masyarakat untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar dan mencari hubungan dagang (Gunawijaya *et al*, 2006).

## 2.3 Events

### 2.3.1 Definisi *Event*

*Event* dalam arti sempit dapat diartikan sebagai pameran, pertunjukan, festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung. Dalam arti luas, acara (*event*) dapat diartikan sebagai suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara (Kennedy, 2009). *Event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2009:7)

Getz dalam Thomas *et al* (2008) di dalam pendekatan pertama, seseorang akan mengerti *event* sebagai “kejadian sementara, baik yang direncanakan atau tidak direncanakan” (Getz dalam Thomas *et al*, 2008). Di rangka untuk menekankan perbedaan antara kejadian yang direncanakan dan tidak direncanakan, istilah “spesial” ditambahkan ke “*event*”. Sebuah *special event* dimengerti sebagai sebuah “satu waktu atau jarang muncul dalam *event* di luar sebuah program normal (Getz dalam Thomas *et al*, 2008). *Event* sering kali diklasifikasikan, dengan maksud untuk membentuk kesempatan yang lebih baik dan memiliki tujuan. Sebagai contoh, satu dimensi klasifikasi di “*Hallmark events*” (*event* tradisional yang bertempat di sebuah lokasi tertentu, seperti *the Mardis Gras* di *New Orleans*) dan “*Mega events*” (contoh Olimpiade) (Getz dalam Thomas *et al*, 2008).

### 2.3.2 Karakteristik *Event*

*Event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraannya harus memiliki ciri tersendiri. Karakteristik *event* ini hampir sama dengan pelayanan yang diberikan oleh industri jasa/pelayanan lainnya. Adapun karakteristik tersebut adalah keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana, pelayanan, dan interaksi personal (Noor, 2009).

Di bawah ini akan dijelaskan karakteristik *event* tersebut secara lebih rinci menurut Noor (2009):

- a. Keunikan: Kunci utama suksesnya sebuah *event* adalah pengembangan ide. Jika *organizer*/penyelenggara dapat merealisasikan ide sesuai dengan harapan, maka *event* yang diselenggarakan akan memiliki keunikan tersendiri. Karena inti dari penyelenggaraan *event* adalah harus unik dan biasanya muncul dari ide, maka setiap *event* harus memiliki sesuatu yang berbeda dari *event* lain.
- b. *Perishability*: Sebagai sebuah produk jasa, *event* merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali, atau dikembalikan. Konsekuensinya bagi konsumen adalah tiket yang sudah dibeli tetapi tidak digunakan tidak akan bisa dipakai kembali untuk menghadiri *event* yang sama bahkan untuk waktu penyelenggaraan yang berbeda sekalipun. Sedangkan bagi perusahaan penyelenggara, konsekuensinya adalah *event* harus tetap dilaksanakan meskipun jumlah pengunjung yang hadir sedikit atau tidak sesuai dengan jumlah yang diharapkan.
- c. *Intangibility*: Setelah menghadiri *event*, yang tertinggal di benak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari penyelenggaraan *event*. Bagi penyelenggara hal ini adalah tantangan untuk merubah bentuk pelayanan yang tidak terlihat/berwujud menjadi sesuatu yang berwujud, sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam *event* mampu mengubah persepsi pengunjung. Misalnya desain dan warna pada kartu undangan, cinderamata yang menawan, penggunaan dekorasi ruangan yang menarik, kesesuaian warna yang digunakan, penggunaan audio visual yang baik, dan lainnya yang digunakan dalam *event*. Semua hal tersebut merupakan proses perubahan *intangible* menjadi *tangible* dan itulah yang akan selalu diingat oleh pengunjung *event*.
- d. Suasana dan pelayanan: Suasana merupakan karakteristik yang penting pada saat berlangsungnya *event*. *Event* yang diselenggarakan dengan suasana yang tepat akan menghasilkan *event* yang sukses besar, tetapi sebaliknya kegagalan *event*

dihasilkan karena suasana yang tidak tepat. Suasana *event* dapat dibangun sesuai dengan tema, musik yang tepat dan menarik, termasuk juga makanan dan minuman yang baik. Meskipun suasana yang dibangun telah sesuai dengan tema yang diharapkan, acara telah disusun dan diselenggarakan dengan sempurna, belum tentu akan menjadi pengalaman yang menarik apabila pengunjung sedang memiliki suasana hati yang tidak baik pada saat itu. Untuk itu *event organizer* harus memperhatikan setiap detail pada saat penyelenggaraan acara sehingga acara yang dikemas menjadi sukses.

- e. Interaksi personal: Interaksi personal dari pengunjung merupakan kunci sukses penyelenggaraan *event*. Sebisa mungkin pengunjung harus dilibatkan dalam kegiatan untuk menciptakan suasana yang lebih hidup. Pengunjung dapat berinteraksi dengan pengunjung lainnya atau dengan panitia penyelenggara, misalnya pada konser musik, penonton dapat dilibatkan lebih aktif dengan ikut bernyanyi walaupun hanya sesekali. Hal ini dapat membangun suasana dan kontribusi oleh penonton terhadap penyelenggaraan *event* tersebut.

### 2.3.3 Jenis *Event*

*Event* menurut Abdullah (2009) dikategorikan berdasarkan ukuran dan skalanya, yaitu:

- a. *Mega event* merujuk pada kriteria diikuti oleh pengunjung internasional, regional setidaknya lima negara, pengunjung dalam jumlah total keseluruhan berdasarkan total durasi (lama) kegiatan lebih dari satu juta orang pengunjung, investasi yang lebih besar, keuntungan lebih besar, berdampak besar pada ekonomi masyarakat dan diliputi oleh media secara luas. *Event* yang masuk dalam kategori ini seperti Olimpiade dan Piala Dunia.
- b. *Medium event* merujuk pada kegiatan *event* menengah yang dikunjungi antara seratus ribu orang sampai dengan satu juta orang pengunjung dan berdampak secara nasional.

- c. *Mini event* merujuk pada kegiatan *event* menengah yang dikunjungi oleh kurang dari seratus ribu orang pengunjung dan bersifat lokal.

#### 2.3.4 *Event Management*

Goldblatt (2013) mengatakan *Event Management* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Manajemen acara mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam perencanaan, kepegawaian, pengorganisasian dan evaluasi acara. Faktanya, semua tugas operasional untuk acara seperti *ground work*, pemilihan tempat dan tahap desain, mengatur fasilitas infrastruktur yang dibutuhkan, hubungan dengan seniman/performers dan jaringan dengan kegiatan lain seperti iklan, *public relations*, penjualan tiket dan lain-lain jatuh di bawah Manajemen Acara (Gera, 2012).

#### 2.3.5 *Event Organizer*

*Event Organizer* (EO) adalah sebuah organisasi profesional di mana di dalamnya terdapat sekumpulan orang-orang yang menyelenggarakan sebuah pertunjukan yang di mana di dalamnya terdapat banyak pembagian tugas tiap anggota yang mengacu kepada sebuah tujuan yang sama. *Event Organizer* lahir dari keinginan para pihak yang memiliki sejumlah dana di mana mereka memiliki beberapa tujuan yang diharapkan dapat dicapai dengan mengadakan rangkaian acara tertentu. Peran *Event Organizer* yaitu membantu mewujudkan maksud dan tujuan acara penyandang dana dalam bentuk kreatif acara serta eksekusinya (Megananda & Wijaya, 2009:2).

Menurut Natoradjo (2011), *event organizer* adalah perusahaan yang bercirikan:

- a. *Event organizer* adalah sebuah bisnis dan profesi yang menawarkan jasa

- b. *Event organizer* mengumpulkan dan mempertemukan khalayak untuk sebuah tujuan
- c. *Event organizer* bertanggung jawab melakukan penelitian, membuat desain *event*, merencanakan, melakukan koordinasi, supervisi, dan pengawasan terhadap pelaksanaan, kelangsungan, realisasi dan keberhasilan sebuah *event*
- d. *Event organizer* memproduksi atau menghadirkan sebuah *event* untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan atas permintaan klien, penyelenggara, orang atau instansi yang mempunyai hajat. Dengan kata lain, *event organizer* adalah pelaksana acara yang melakukan pekerjaannya atas permintaan klien.

## **2.4 Special Event**

### **2.4.1 Definisi Special Event**

*Special event* merupakan kegiatan yang cukup penting dalam upaya memuaskan banyak orang, untuk ikut serta dalam suatu kesempatan dimana kegiatan ini mampu memuaskan dan memberikan kesenangan bagi mereka (*public*) yang turut terlibat langsung dalam aktifitas/kegiatan *special* yang dilaksanakan. *Special event* menurut Ruslan (2005:212) adalah suatu peristiwa yang umumnya dimaksudkan untuk memperoleh perhatian media massa bagi klien, perusahaan atau produk. *Event* ini juga dirancang untuk mengirim pesan-pesan tertentu perusahaan. dikatakan *special event* karena istimewa, unik, atau merupakan sesuatu yang tidak umum. Sebuah *special event* dapat juga berupa peluncuran produk, atau publisitas produk.

Selanjutnya menurut Shone dan Parry (2012:3), *special event* juga meliputi semua aktivitas hidup manusia, *special events* merupakan kegiatan yang sangat besar dan kompleks. *Special events* dapat diselenggarakan mulai dari jenis *event* perorangan yang sederhana dan kecil seperti pesta ulang tahun atau pesta pernikahan sampai dengan *events* yang besar. Karena jenis kegiatannya, maka setiap *events* yang memiliki kekhasan tersendiri dari *event* dapat mendukung terselenggaranya *special events*.

#### 2.4.2 Tujuan *Special Event*

Adapun tujuan dilaksanakan *special event* menurut Ruslan (2005:231-232) adalah:

- a. Pengenalan (*awareness*): mendapat dukungan publik atau media dan meningkatkan pengetahuan (*knowledge*) terhadap lembaga atau perusahaan dan produk yang ingin didapatkan
- b. Suatu proses publikasi melalui komunikasi timbal balik yang pada akhirnya akan memperoleh publisitas yang positif
- c. Memperlihatkan itikad baik dari lembaga atau produk yang diwakilinya, serta sekaligus memberikan kesan atau citra positif terhadap masyarakat sebagai publik sasaraannya
- d. Upaya mempertahankan penerimaan masyarakat
- e. Memperoleh rekanan atau langganan baru melalui acara *special event* yang dirancang secara menarik, inovatif dan kreatif.

#### 2.4.3 Jenis-jenis *Special Event*

Dalam *special event* terdapat jenis-jenis seperti hari-hari dan pekan-pekan khusus, pertunjukkan dan pameran khusus, peringatan khusus, hadiah khusus, peresmian gedung, perlombaan, parade, dan pawai khusus, peristiwa komunitas yang disponsori, dan organisasi yang disponsori. Berikut adalah jenis-jenis *special event* menurut Ruslan (2005:156-158):

- a. Hari-hari dan pekan-pekan khusus: Suatu organisasi sering kali memilih suatu hari atau pekan-pekan tertentu yang diresmikan untuk tujuan dan kegiatan organisasinya yang ditetapkan secara resmi. Jika ini tercapai, maka berbagai aktifitas yang telah direncanakan organisasi untuk peristiwa khusus ini akan memperoleh perhatian publik.
- b. Pameran dan pertunjukkan: Pameran dan pertunjukan barang dan jasa yang telah memikat minat khalayak adalah segi penting dari kebanyakan program. Pameran

dagang bisnis dan profesional, pekan raya internasional serta pameran lokal dan regional menyediakan berbagai sarana untuk dipertunjukkan.

- c. Rapat dan konferensi: Konferensi, konvensi dan rapat diselenggarakan dengan para pemuka pendapat dan tokoh masyarakat dari luar contohnya adalah pertemuan tahunan dan regional para pemegang saham menyediakan berbagai forum guna melaporkan kedudukan keuangan perusahaan.
- d. Peringatan: Upacara peringatan dari organisasi bisnis dan sosial menciptakan suatu kesempatan berkomunikasi dengan publik yang berkenaan dengan kemajuan, presentasi dan sumbangan organisasi. Tujuannya adalah menumbuhkan perasaan bangga dan kepercayaan diri bagi publiknya.
- e. Hadiah khusus: Berbagai hadiah khusus bagi para karyawan, pemilik saham, pedagang atau para pekangan merupakan kesempatan yang baik.
- f. *Open House*: *Open house* merupakan peristiwa khusus yang dilaksanakan secara besar-besaran. *Open house* dalam berbagai program hubungan perusahaan. Berbagai publik diundang pada peristiwa itu yang meliputi kunjungan ke pabrik, pameran, film dan lain-lain.
- g. Kontes: Berbagai kontes bagi para konsumen, pemilik saham, para karyawan dan para pedagang terkandung kedalam berbagai program *public relation* di beberapa organisasi.
- h. Parade dan pawai: Parade dan pawai memegang peranan dalam program hubungan dengan komunitas di beberapa organisasi.
- i. Peristiwa kemasyarakatan yang disponsori: Organisasi industri dan non-profit serta angkatan bersenjata mensponsori berbagai peristiwa kemasyarakatan setempat di mana mereka memiliki sarana guna tujuan pemberitaan tentang berbagai kegiatan dan membantu perbaikan umum kepada masyarakat, pendidikan, kegiatan kebudayaan, kesehatan, hiburan, dan kepemudaan.
- j. Organisasi yang disponsori: Berbagai perusahaan mensponsori organisasi dan masyarakat untuk menunjukkan itikad baik bagi dukungan sebuah perusahaan atau organisasi.

- k. Peresmian: Peresmian sarana dan jasa baru memberikan peluang penting.

#### 2.4.4 Bentuk *Special Event*

Bentuk *special event* menurut Ardianto (2008) yang dikenal dalam aktivitas kehumasan misalnya :

- a. *Calendar of events*, yaitu acara rutin (*regular events*) yang dilaksanakan pada hari, bulan, tahun tertentu secara periodik, dan berulang-ulang (rutin) diselenggarakan sepanjang tahun kalender
- b. *Momentum events*, yaitu acara yang sifatnya khusus yang dilaksanakan pada momen-momen tertentu diluar acara rutin tersebut misalnya, peluncuran produk barang/jasa pelayanan tertentu, pembukuan kantor baru, ulang tahun perusahaan, dan sebagainya yang dianggap sebagai momen oleh pihak lembaga atau humas untuk mengadakan suatu acara istimewa, yang perlu diperingati dan dipublikasikan.

Pendukung keberhasilan dalam pelaksanaan (*action planning*) *special events* terkait dengan (Ardianto, 2008):

- a. Penyusunan jadwal, mulai dari persiapan, pelaksanaan atau kegiatan dari *special events* itu sendiri, dukungan dana (*budget*), fasilitas, personel, manajemen serta kemudian evaluasinya.
- b. Personel yang terkait, bagaimana (*how*) kesiapan dari pengisi tim acara atau penuntut acara. Siapa (*who*) pengunjung yang hadir, dan apakah terdiri dari para undangan, pejabat tinggi, undangan resmi atau cukup melalui pengumuman tertentu. Pihak sponsor, rekanan atau *business relations* dari lembaga atau instansi tertentu yang dirangkul untuk kerja sama. Kalangan donator, dermawan, dan perorangan yang disesuaikan dengan apa, mengapa, dan bagaimana dari tujuan, maksud, dan tema dari *special events* itu diselenggarakan oleh pihak humas dan pejabat humas tersebut.

#### 2.4.5 Prinsip-prinsip Umum Persiapan *Special Event*

Bentuk dari sebuah *special event* dapat bermacam-macam bentuk. Semua bentuk tersebut ada beberapa prinsip yang mendasari persiapan pelaksanaan *special event*. Menurut Lawrence dan Dennis dalam Evelina (2005), prinsip-prinsip umum persiapan *special event* dirumuskan sebagai berikut:

- a. *Planning* (perencanaan): Semua unsur harus dicek kembali. *Event* tersebut harus dipublikasikan kepada semua orang yang seharusnya tahu tentang *event* tersebut. Serta penggunaan media massa akan sangat berguna dalam pelaksanaannya. Penyelenggara harus dapat memberikan alasan yang tepat tentang *event* apa yang akan diselenggarakan dan cocok dengan keinginan peserta atau pengunjung yang diharapkan.
- b. *Budgeting* (anggaran biaya): Untuk pelaksanaan sebuah *special event* harus diketahui harga biaya keseluruhan detailnya.
- c. *Purpose* (tujuan): Segala sesuatu yang diselenggarakan harus berdasarkan tujuan yang ditentukan secara jelas.
- d. *Control* (pengawasan): Dalam pelaksanaannya, setiap *special event* harus dikendalikan secara pasti oleh seseorang yang mengetahui banyak mengenai hal-hal yang mendasari pelaksanaan *event* tersebut. Pengawas tersebut harus tahu juga operasional kegiatan secara keseluruhan.
- e. *Responsibility* (tanggung jawab): Dalam pelaksanaan *special event* harus ada seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan *event* tersebut.

#### 2.5 Perencanaan *Event*

Tahap perencanaan *event* disebut juga dengan tahap pra-produksi. Tahap pra-produksi akan sangat penting, karena akan menentukan kelancaran operasional saat produksi. Bila semua masalah dalam pra-produksi telah ditangani dengan baik, maka produksi akan semakin ringan (Hafidz, 2007:70-73).

Tahap pra-produksi menurut Hafidz (2007) terdiri dari:

- a. Menjabarkan ide menjadi konsep: Sebelum membuat kemasan acara, terlebih dahulu harus memahami hal-hal yang melatar belakangi penyelenggara acara dan tujuan spesifiknya. Dengan pemahaman tersebut dapat mengklasifikasikan sponsor-sponsor yang akan ikut serta menjadikan kemasan acara tidak menyimpang dari tujuan sebelumnya.
- b. Pembentukan tim, pembagian kerja (*job description*): Aspek penting dalam membentuk sebuah tim kerja yang sukses yaitu terdiri dari manajemen, marketing, dan *creator*. Faktor penting dalam tim adalah kekompakan karena hal tersebut akan membuat *event* menjadi harapan setiap *event organizer*. Setiap orang yang ada dalam tim kerja harus mengetahui apa yang menjadi tanggung jawab serta harus mengemban tanggung jawab tersebut dengan sungguh-sungguh.
- c. Pengembangan konsep kreatif (*Rundown*), *talent*, *artistic*, dan desain: *Rundown* merupakan bagian terpenting dalam menjalankan sebuah *event*, dengan mengacu pada *rundown*, semua dapat berjalan acara demi acara dengan tepat. *Rundown* adalah jadwal sebuah acara yang dibuat secara detail yang dihitung berdasarkan menit atau detik. Penyusunan *Rundown* membutuhkan seni imajinasi yang baik agar menghasilkan suatu sajian acara yang baik. *Talent* adalah seorang atau lebih, dapat berupa sebuah kelompok yang memiliki tugas menampilkan sesuatu yang menarik dan menghibur. *Talent* adalah pengisi acara sebuah *event* sehingga sangat tergantung dari kebutuhan *event*. Dalam sebuah *event*, biasanya menampilkan *Talent* utama dan *Talent* pendukung.
- d. Penentuan observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, konsumsi, transportasi, dokumentasi dan lain-lain: Dalam penyelenggaraan acara, tempat atau lokasi penyelenggaraan acara sangat berpengaruh terhadap keberhasilan *event organizer*. Hafidz (2007:102-105) menegaskan, ada beberapa pertimbangan dalam memilih lokasi penyelenggaraan acara, diantaranya:

- 1) Sesuai tema *event*: Dalam memilih tempat untuk sebuah *event*, harus didasarkan pada jenis *event* yang akan dibuat dan sesuai dengan tema.
  - 2) Sesuai *image* produk: Harus menjaga citra dari produk yang mensponsori, jika produk *eksklusif*, maka pilihlah tempat di pusat perbelanjaan *eksklusif*, atau di gedung pertunjukan yang megah atau di *ballroom* hotel berbintang.
  - 3) Sesuai target audien: Jika *event* yang akan digelar memiliki audien anak muda, suka musik, maka sebaiknya tempat yang dipilih adalah *hall* sebuah mall.
  - 4) Kemudahan akses dan jangkauan: Tempat yang akan digunakan untuk *event* sebaiknya mudah dilalui oleh kendaraan dan mudah dijangkau.
  - 5) Nilai Sejarah: Jika sebuah *event* bertema sejarah maka tempat yang akan digunakan adalah halaman museum, monumen atau candi.
  - 6) Tempat Wisata: Tempat wisata alam seperti lereng gunung, tepi sungai dan pantai bisa digunakan sebagai tempat penyelenggaraan sebuah *event*.
  - 7) Nilai *artistic*: Bangunan yang memiliki nilai *artistic* dapat digunakan sebagai tempat penyelenggaraan *event*.
  - 8) Faktor keamanan dan kenyamanan: Sebuah *event* akan sukses jika pengunjung merasakan keamanan dan kenyamanan dalam menikmati *event* tersebut.
  - 9) Besar kecilnya *event*: Memilih tempat *event* harus memperhitungkan skala *event* yang akan digelar. Bila *event* berskala nasional, dan dihadiri oleh ribuan orang, maka tempat yang digunakan adalah stadion olah raga.
  - 10) Sesuai *budget*: *Budget* adalah yang membatasi sebuah *event* dalam memilih lokasi. Tempat yang bagus dengan skala fasilitas dengan memiliki biaya yang tinggi. Sebelum memilih tempat sebuah *event organizer* harus melakukan observasi secara detail terhadap tempat tersebut serta dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari tempat tersebut.
- e. Promosi, publikasi dan sosialisasi *event*: Promosi *event* serangkaian kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan menciptakan kejutan-kejutan yang unik

sehingga dapat mendorong massa tertarik untuk datang dan melihat hal-hal baru yang disajikan (Hafidz, 2007:108). Mengemukakan media dan bentuk promosi yang biasanya digunakan dalam *event* adalah:

- 1) Media cetak, surat kabar, majalah, dan tabloid.  
Bentuk: iklan (foto/gambar/visual), berita/*press release* (teks), *Advertorial* (teks, foto/gambar/visual).
- 2) Radio.  
Bentuk: spot iklan (audio), *Ad Lips* (audio), *interview*, *Talk Show*.
- 3) Televisi.  
Bentuk: spot iklan/TV *commercial* (audio visual), *Run Teks* (teks), *interview*, *Talk Show*.
- 4) Bioskop.  
Bentuk: iklan (audio visual).
- 5) Media luar ruangan.  
Bentuk: Rontek (foto/gambar/visual), spanduk (foto/gambar/visual), baliho (foto/gambar/visual), poster, selebaran dan balon (foto/gambar/visual).

Faktor promosi adalah suatu bentuk kemasan komunikasi yang berisi tentang nama *event*, waktu, tempat, dan harga tiket. Promosi yang dilakukan harus menarik, informatif, kreatif, lugas, jelas dan merata. Semakin besar penonton yang ditargetkan, semakin besar pula *budget* untuk promosi yang dilakukan.

- f. Penyelesaian administrasi, kontrak, perijinan, tempat, *ticketing* dan lain-lain.

## 2.6 Produksi *Event*

Hafidz dalam bukunya *Mengulik Bisnis Event Organizer* (2007:70), tahap produksi adalah saat semua tim bekerja di lapangan mempersiapkan *event*, sampai *event* selesai digelar. dalam produksi, kinerja sebuah *event organizer* akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak, baik itu penyandang dana/sponsor, *supplier* maupun *event organizer* lain, terutama penonton. Bila dalam tahap pra-produksi semua tahap

sudah jelas dan terkonsep, maka dalam tahap produksi akan berjalan lancar. Pada tahap produksi hal-hal yang dilakukan dalam sebuah penyelenggaraan acara adalah:

- a. Kesiapan pengisi acara
- b. Kesiapan perlengkapan
- c. Kesiapan pengamanan
- d. Kesiapan kru
- e. Proses *event* sesuai dengan *rundown*

### **2.7 Pasca produksi *Event***

Hafidz (2007) menjelaskan tahap pasca produksi adalah tahapan di mana *event organizer* mempertanggungjawabkan pekerjaan secara tertulis. Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab *event organizer* dilaporkan pada pemberi kerja disertai evaluasi dan dilengkapi dengan dokumentasi. Pada tahap pasca produksi, hal-hal yang dilakukan adalah:

- a. Evaluasi: Setelah acara dilangsungkan, dilakukan rapat evaluasi secara internal yang sekaligus merupakan pembubaran panitia. Evaluasi ditunjukan untuk mendapatkan *feedback* dari seluruh tim tentang kelebihan dan kekurangan *event* yang digelar untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan *event* mendatang. Memeriksa kembali *event* yang telah dilaksanakan sesuai dengan desain acara, baik dalam tema, pengeluaran, maupun pendapatan.
- b. Pembuatan laporan: Hasil rapat evaluasi dapat dijadikan laporan yang ditujukan kepada sponsor atau pihak penyelenggara sebagai bentuk pertanggungjawaban secara tertulis, isi pertanggungjawaban disertai bukti dokumentasi yang diinginkan oleh pihak sponsor misalnya foto kegiatan, materi promo, brosur, undangan dan lain-lain.

### BAB 3. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

##### 3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Lokasi pelaksanaan praktek kerja nyata yang dilakukan penulis adalah di PT. Bintang Resort Cakrawala, *business development* beralamat di Jalan Gurindam Duabelas, Teluk Sebong-Sebong Lagoi, Bintang, Kepulauan Riau. Letak yang cukup jauh dari pemukiman dan perkotaan tidak menyurutkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Kawasan Bintang Resort ini. Kawasan Bintang Resort berjarak 63Km dari Tanjung Pinang dan 35Km dari Tanjung Uban. Tidak hanya wisatawan lokal, namun wisatawan manca negara terutama Singapura hanya perlu menempuh waktu kurang dari satu jam melalui *Ferry Terminal Tanah Merah Singapura* menuju *Ferry Terminal Bandar Bentan Telani*. PT. Bintang Resort Cakrawala merupakan salah satu industri yang berfokus di bidang pariwisata yang berada di Bintang, Kepulauan Riau. Dalam hal ini penulis melakukan praktek kerja nyata di divisi *event* di bawah bimbingan *Event Coordinator*.

##### 3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Waktu pelaksanaan kegiatan praktek kerja nyata ini dilaksanakan oleh penulis selama lima bulan. Jadwal pelaksanaan praktek kerja nyata sesuai Surat Tugas Nomor: 5309/UN25.1.2/SP/2017 yaitu terhitung mulai tanggal 09 Januari 2018 sampai dengan 31 Mei 2018 di PT. Bintang Resort Cakrawala. Adapun kegiatan praktek kerja nyata ini dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Tabel 3.1 Jadwal Praktek Kerja Nyata di PT. Bintang Resort Cakrawala

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Senin – Selasa	08.00 – 17.00 WIB	12.00 – 13.00
Rabu – Kamis	Libur	Libur
Jumat – Sabtu	08.00 – 17.00 WIB	12.00 – 13.00

## 3.2 Ruang Lingkup Praktek Kerja Nyata

### 3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam praktek kerja nyata data diperoleh dan ditulis dalam laporan tugas akhir oleh penulis dengan judul “Proses Pembuatan *Event* Skala Internasional di PT. Bintang Resort Cakrawala”. Sehingga pada pelaksanaan praktek kerja nyata penulis ditempatkan pada divisi *event* di bawah bimbingan *event coordinator*.

### 3.2.2 Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama praktek kerja nyata di PT. Bintang Resort Cakrawala untuk mengetahui proses pembuatan *event* skala internasional di PT. Bintang Resort Cakrawala sebagai berikut:

- a. *Event Coordinator team*: tugas yang diberikan pada *section* ini yaitu membantu *event coordinator* dalam penyelesaian beberapa tugas untuk kepentingan *event* seperti menyiapkan beberapa perlengkapan, membantu dalam persiapan *event*, membantu membuat *event report*, membantu menghubungi *talent* ataupun orang-orang yang berkepentingan dalam *event* tersebut, dan mengikuti *meeting* ataupun pertemuan yang berhubungan dengan *event* serta membuat *event project* ataupun aktivitas untuk dikerjakan di dalam Plaza Lagoi meskipun *project* ini tidak terlaksana karena kendala waktu.
- b. *Front office*: Penulis melakukan *section* ini di waktu luang, beberapa tugas *front office* di Plaza Lagoi yang pernah penulis lakukan seperti sebagai pusat informasi, menerima telepon, dan membuat *Build fault request*.

## 3.3 Jenis dan Sumber Data

### 3.3.1 Jenis Data

Adapun data yang digunakan selama pelaksanaan Praktek Kerja Nyata menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif berupa hasil atau data wawancara kepada beberapa pihak di PT. Bintang Resort Cakrawala, terutama di *business development* yang memahami bidangnya.

### 3.3.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan selama praktek kerja nyata adalah sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2010:137). Data primer diperoleh melalui observasi dan hasil wawancara.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2010:137). Data sekunder disajikan dalam bentuk data, tabel, diagram atau mengenai topik penelitian.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan praktek kerja nyata adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2013: 72). Wawancara yang dilakukan menghasilkan informasi mengenai proses pembuatan *event* di PT. Bintang Resort Cakrawala.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, jurnal, internet, artikel, skripsi, dan media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian.

c. Observasi

Menurut Moleong (2006: 173) observasi adalah teknik pengumpulan data melalui proses pengamatan secara langsung di lapangan atau di lokasi. Observasi yang dilakukan penulis ialah mengamati secara langsung aktivitas

yang dilakukan oleh *staff* PT. Bintang Resort Cakrawala dan *event organizer* yang berkerja sama.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan sumber-sumber data sekunder yang berhubungan dengan masalah penelitian yang ada di lokasi penelitian yang merupakan catatan peristiwa yang sudah lalu (Sugiyono, 2013: 82). Dokumentasi yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar serta data-data mengenai PT. Bintang Resort Cakrawala.

## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

PT. Bintang Resort Cakrawala melaksanakan *event* yang bertajuk *sport tourism* untuk menunjukkan keindahan alam serta mempromosikan Bintang dengan cara yang berbeda. Di balik kesuksesan *Tour de Bintang* banyak orang-orang yang berperan semenjak perencanaan hingga proses produksi *Tour de Bintang* seperti PT. Bintang Resort Cakrawala, Pemerintah Daerah, dan seluruh masyarakat lokal Bintang. *Tour de Bintang* merupakan *event* tahunan yang perencanaannya telah disiapkan secara matang setahun sebelum acara tersebut dimulai sehingga produksi *event* tersebut berjalan lancar. Berikut kesimpulan dari perencanaan dan produksi *event Tour de Bintang* :

- a. Konsep yang dilaksanakan sama seperti lomba balap sepeda seperti pada umumnya sehingga tidak banyak perubahan, hanya penampilan-penampilan yang ditampilkan berbeda di setiap tahunnya. Penampilan yang ditampilkan merupakan khas dari Bintang dengan *talent* asli Bintang.
- b. Dalam *event Tour de Bintang* semuanya berjalan secara otomatis karena tugas yang dilaksanakan oleh tim serta kebutuhan yang dibutuhkan setiap tahunnya hampir sama dengan tahun-tahun sebelumnya sesuai departemen dan bagiannya. Orang-orang yang berkerja tidak banyak berubah karena yang dipilih dalam melaksanakan tugas di acara ini telah dipercaya sehingga tidak sembarang orang dapat melakukannya.
- c. Produksi *Tour de Bintang* berjalan dengan lancar dan waktu yang sesuai tanpa keterlambatan. Meskipun sempat gerimis namun tidak menghentikan acara tersebut, hujan menjadi salah satu tantangan berat bagi para pembalap sepeda karena jalan menjadi licin. Lancarnya produksi *Tour de Bintang* juga karena komitmen dari tim serta tamu undangan yang datang tepat waktu.
- d. Perencanaan hingga produksi *event* sangat berhubungan, karena segala konsep yang telah tim rencanakan dan siapkan akan dilaksanakan atau diwujudkan pada produksi *event*. Dalam produksi inilah tim dapat menilai

sesuai atau tidaknya jalannya kegiatan dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.

#### 4.2 Saran

*Tour de Bintan* telah dilaksanakan sejak tahun 2010 namun masih memiliki beberapa kekurangan menurut penulis. Dari kesimpulan diatas penulis memberikan beberapa saran antara lain :

- a. *Tour de Bintan* telah menjadi bagian dari Indonesia karena telah membuat nama Indonesia dikenal dalam dunia balap sepeda, setidaknya pemerintah membantu dalam promosi sehingga banyak warga Indonesia yang juga dapat mengetahui mengenai *event* ini.
- b. Dalam perencanaan *Tour de Bintan* hanya perwakilan dari departemen atau *Head of Department* untuk hadir dalam *meeting*. Itu membuat tim bekerja masing-masing sesuai tugas yang telah ditetapkan tanpa peduli dengan pekerjaan dari tim lain karena bukan tanggung jawab dari mereka dan tidak mengetahui bagaimana cara kerja di tim lain tersebut. Sehingga menurut penulis setidaknya seluruh tim mengetahui perkembangan serta jalan dari acara tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, Iqbal Alan. 2009. *Manajemen Konferensi dan Event*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Public Relations Praktis*. Widya Padjajaran. Bandung
- Eveline, Lidia. 2005. *Event Organizer Pameran*. Jakarta: Indeks
- Gera, Vineet. 2012. *Event Management and Planning*. Germany: LAP Lambert
- Goldblatt, Joe. 2013. *Special Event: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. 7<sup>th</sup> edition. Canada: John Wiley and Sons
- Gunawijaya, Jajang. Aris Miyawati Nasution, dan Tris J. Santoso Manaf. 2006. *Pengelolaan Jasa MICE (Meetings, Incentives, Conservations, and Exhibitions)*. Edisi Pertama. Jakarta: Program DIII Pariwisata FISIP UI
- Hafidz, Ibnu Novel. 2007. *Mengulik Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Gava Media
- Herawati, Tuty. 2008. *Pengantar MICE*. Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta
- Kennedy, John E. 2009. *Management Event*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Moleong, J, Lexi. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Megananda, Yudhi dan Wijaya, Johannes Arifin. 2009. *7 Langkah Jitu Membangun Bisnin Event Organizer*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer
- Natoradjo, Sulyus. 2011. *Event Organizer: Dasar-dasar Event Management*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Noor, Any. 2009. *Management Event*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Shone, Antone dan Parry, Bryn. 2012. *Succesful Event Management*. London: Cengage Learning EMEA

- Sinaga, Supriono. 2010. Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administrasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Thomas, Oliver, Bettina Hermes, dan Peter Loos. 2008. *Reference Model-based Event Management. International Journal of Event Management Research*. 4(1).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. Kepariwisata. 16 Januari 2009. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11. Jakarta
- Wahid, Abdul. 2015. Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami. Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## LAMPIRAN

## Lampiran 1. Surat Permohonan Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
 Jl. Kalimantan – Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586  
 Jember 68121 Email : [fsip@unej.ac.id](mailto:fsip@unej.ac.id)

Nomor : 3935/UN25.1.2/SP/2017 10 Oktober 2017  
 Lampiran : empat eksemplar  
 Perihal : Permohonan Tempat Magang

Yth. Pimpinan PT. Bintang Resort Cakrawala  
 Jl. Kota Kapur, Tanjung Uban Utara, Sebong Logoy,  
 Teluk Sebong, Kabupaten Bintan, Kep. Riau

Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktek Kerja Lapang) untuk penyelesaian laporan tugas akhir. Sehubungan dengan hal tersebut, kami berharap dengan hormat kesediaan Saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang Saudara pimpin. Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang adalah :

No	NAMA	NIM	Program Studi
1.	Halimatus Sa'diyah	150903102022	DIII Usaha Perjalanan Wisata
2.	Safitri Purnama Dewi	150903102032	DIII Usaha Perjalanan Wisata
3.	Siti Nur Halimah	150903102035	DIII Usaha Perjalanan Wisata
4.	Balqis Nurbaity Oka Widani	150903102022	DIII Usaha Perjalanan Wisata

Bersama ini kami lampirkan 1 (satu) eksemplar proposal Praktek Kerja Nyata (PKN).

Atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.

a.n Dekan

Wakil Dekan,



Dr. Hadi Prayitno, M.Kes  
 NIP 19610608 198802 1 001

## Lampiran 2. Surat Penerimaan Tempat Praktek Kerja Nyata

**BINTAN**<sup>Resort</sup>  
Cakrawala

No. Surat : 353/LET/HRD/XII/17  
 Tanggal : 20 Desember 2017  
 Kepada : Dr. Hadi Prayetno, M.Kes  
 Dekan atau Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember  
 Dari : Andri Haris  
 Human Resource Executive  
 Melalui : Wahyu Febrianto  
 Snr. Human Resource Manager   
 Prihal : **Magang Kerja**

Dengan hormat,

Berdasarkan surat dari Universitas Jember Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata nomor surat : 3935/UN25.1.2/SP/2017, mengenai Permohonan Magang di PT. Bintang Resort Cakrawala (PT. BRC), maka dengan ini kami informasikan bahwa mahasiswa Universitas Jember dengan nama di bawah ini disetujui mengikuti Program Magang di PT. Bintang Resort Cakrawala, periode 9 Januari – 31 Mei 2018.

No	Nama	NIM	Prog. Studi	Penempatan Magang
1	Halimatus Sa'diyah	150903102022	DIII Usaha Perjalanan Wisata	Business Development
2	Safitri Purnama Dewi	150903102032	DIII Usaha Perjalanan Wisata	Ferry Terminal Department
3	Siti Nur Halimah	150903102035	DIII Usaha Perjalanan Wisata	Ferry Terminal Department
4	Balqis Nurbaity Oka Widani	150903102022	DIII Usaha Perjalanan Wisata	Business Development

Demikian informasi ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Terimakasih.

Hormat kami,



Andri Haris  
 Human Resource Executive

## Lampiran 3. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
 Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegalboto  
 Telp. (0331) 335586 - 331342, Fax (0331) 335586 Jember 68121  
 Email - [frisip@unej.ac.id](mailto:frisip@unej.ac.id)

**SURAT TUGAS**  
 Nomor : 5309/UN25.1.2/SP/2017

Berdasarkan Human Resource Executive "BINTAN Resort Cakrawala, nomor : 353/LET/HRD/XII/17 dari, tanggal 20 Desember 2017, perihal : Magang Kerja, maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

No.	Nama	NIM	Penempatan
1.	Halimatus Sa'diyah	150903102022	Business Development
2.	Safitri Purnama Dewi	150903102032	Ferry Termina Department
3.	Siti Nur Halimah	150903102035	Ferry Termina Department
4.	Balqis Nurbaity Oka Widani	150903102042	Business Development

Untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Industri/Praktek Kerja Lapangan di **BINTAN Resort Cakrawala**, terhitung mulai tanggal 9 Januari sampai dengan 31 Mei 2018.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 28 Desember 2017

a.n Dekan  
 Wakil Dekan,



Dr. Hadi Prayitno, M.Kes  
 NIP 19610608 198802 1 001

Disampaikan Kepada :

1. Pimpinan BINTAN Resort Cakrawala
2. Kaprodi D3 Usaha Perjalanan Wisata
3. Mahasiswa yang Bersangkutan

## Lampiran 4. Nilai Hasil Paktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121  
Telp. (0331) 332736

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	80	A
2	Kemampuan / Kerjasama	75	B
3	Etika	85	A
4	Disiplin	85	A
NILAI RATA - RATA		81,25	A

## Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : BALQIS FLUREANTY OKA WIIDARTI  
NIM : 150903102042  
Jurusan : Ilmu Administrasi  
Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

## Yang menilai :

Nama : Helsa Caesaria  
Jabatan : Event coordinator Executive  
Instansi : PT. BINTAN RESORT CAKRAWALA  
Tanda Tangan :

## PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	HURUF	ANGKA	KRITERIA
1	A	$\geq 80$	ISTIMEWA
2	AB	$75 \leq AB < 80$	SANGAT BAIK
3	B	$70 \leq B < 75$	BAIK
4	BC	$65 \leq BC < 70$	CUKUP BAIK
5	C	$60 \leq C < 65$	CUKUP
6	CD	$55 \leq CD < 60$	
7	D	$50 \leq D < 55$	KURANG
8	DE	$45 \leq DE < 50$	
9	E	$< 45$	SANGAT KURANG

Lampiran 5. Sertifikat Praktek Kerja Nyata



**Lampiran 6. Foto Hasil Praktek Kerja Nyata**

1. Tempat Praktek Kerja Nyata

a. Lagoi Bay



b. Plaza Lagoi



2. Plaza Lagoi *Front Office*

a. *Front Office*



*b. Front Office Rental  
Attraction*



3. *Chinese New Year Celebration 2018*



4. *Tour de Bintan 23 Maret 2018*





5. *Tour de Bintan* 24 Maret 2018



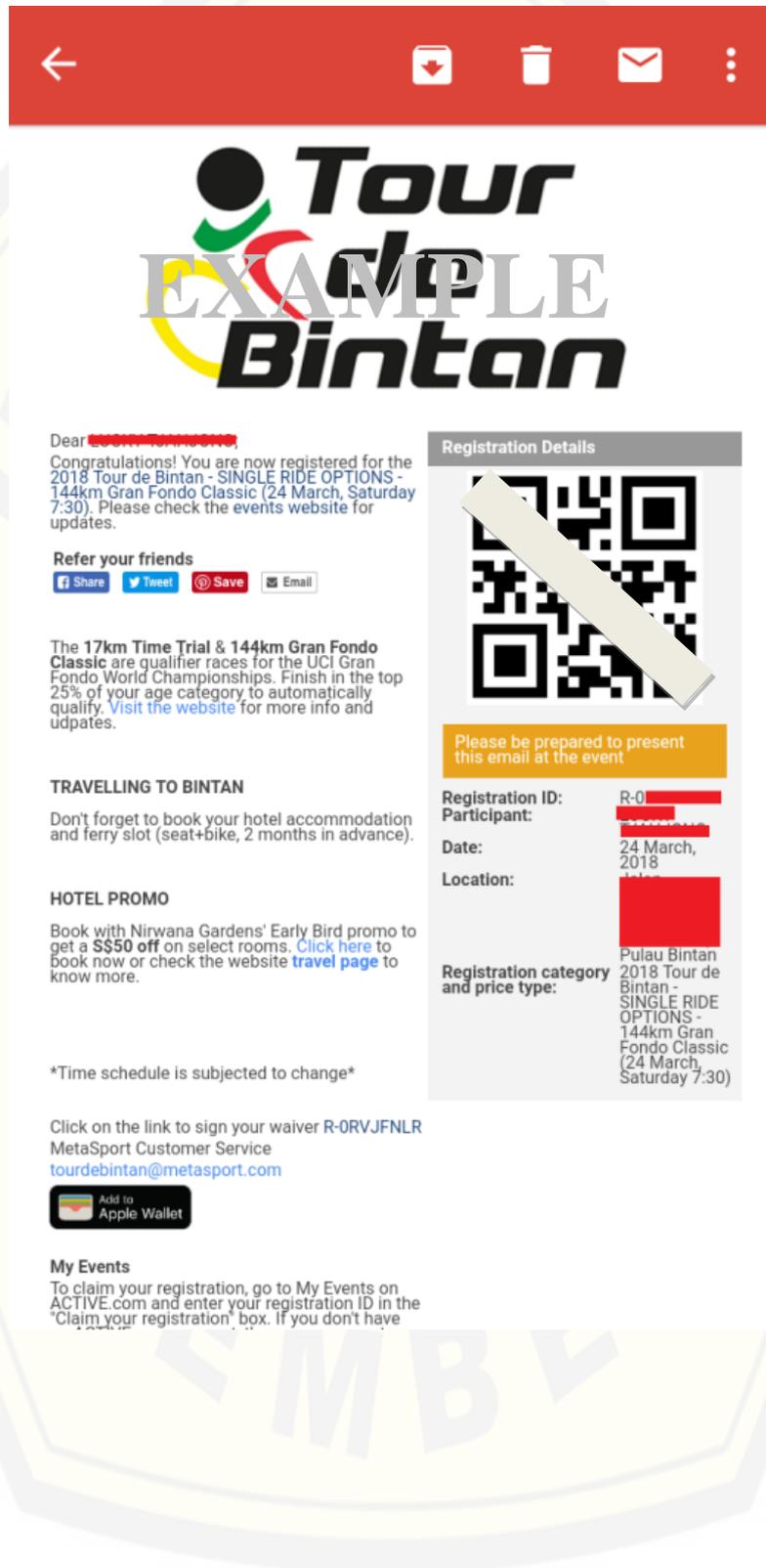


6. *Tour de Bintan* 25 Maret 2018





Contoh konfirmasi pendaftaran *Tour de Bintan* di email peserta



Contoh Waiver Form Tour de Bintan

**2018 TOUR DE BINTAN** The following information is requested in case of medical emergency evacuation to Singapore.

<b>BIB NUMBER:</b>		<b>MOBILE NUMBER:</b>	
<b>FULL NAME:</b>			
<b>PLEASE NOTE: Emergency contact must be available on race day and not competing.</b>			
If an international number is provided below, please ensure that it has the correct international dial code			
<b>EMERGENCY CONTACT:</b>	<b>NAME:</b>	<b>MOBILE NUMBER:</b>	
<b>HOTEL YOU ARE STAYING IN:</b>	<input type="checkbox"/> Nirwana Gardens <input type="checkbox"/> Holiday Villa <input type="checkbox"/> Cassia Bintan <input type="checkbox"/> Others, Please specify: _____	<input type="checkbox"/> Bintan Lagoon Resort <input type="checkbox"/> Grand Lagoi Hotel <input type="checkbox"/> Day-trip (passport is with you)	<b>ROOM NUMBER:</b>
<b>PASSPORT LOCATION DURING THE RACE:</b>	1/ If in hotel room: <input type="checkbox"/> In the safe <input type="checkbox"/> In my luggage <input type="checkbox"/> In a drawer <input type="checkbox"/> Others, please specify: _____	<b>HOW MANY NIGHTS ARE YOU STAYING?</b>	<input type="checkbox"/> 0 (day trip) <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 or more
	2/ If at the event venue: <input type="checkbox"/> Bag deposit 3/ If it's with a family/friend: Name: _____ Contact no.: _____	<b>ARE YOU SHARING YOUR ROOM? IF YES, PLEASE SELECT:</b>	<input type="checkbox"/> Another participant <input type="checkbox"/> A non-participating partner/friend/ family member <input type="checkbox"/> Nobody

**ACKNOWLEDGMENT AND ASSUMPTION OF RISKS & RELEASE AND INDEMNITY AGREEMENT**  
**For participation in the Tour de Bintan 2018 (the "Event")**

I understand that participating in the Event is potentially hazardous and carries with it the potential for serious injury or death.

I hereby declare and certify that I am medically able, physically fit and properly trained to enter the Event. I have no medical conditions that I am aware of that would place myself or others at risk or harm as a result of his participation in the Event.

In consideration of the acceptance of this entry, I assume the full and complete responsibility for any injury or accident which may occur while I am traveling to or from the Event, during the Event, or while I am on the premises of the Event.

I also am aware of and assume all risks associated with my participation in this the Event, including but not limited to falls, contact with other participants, and effect of weather, traffic, and conditions of the road. I, for myself and my heirs and executors, hereby waive, release and forever discharge the Event organisers, Tribob.com Ltd, the Union Cycling International, Golazo Sports N. V., the sponsors, promoters, and each of their agents and representatives or officials, successors and assigns, and all other persons associated with the Event, for all my liabilities, claims, actions, or damages that I may have against them arising out of or in any way connected with my participation in the Event.

I understand that this waiver includes any claims; whether caused by negligence, the action or inaction of any of the above parties, or otherwise.

I understand that the organisers do not provide medical insurance coverage for participants in the Event and that I am responsible to ensure that I have taken any necessary applicable insurance coverage to take part in this Event.

I consent to receive medical treatment which may be deemed advisable in the event of injury, accident and/or illness during the Event and agree to be solely responsible for all costs relating to medical treatment, transportation and/or evacuation.

I hereby grant full permission to any and all of the above parties to use any photographs, videotapes, motion pictures, website images, recordings or any other record of the Event.

I also hereby certify that I am the actual race entrant and I am not racing under someone else's name.

**Signature and date:** \_\_\_\_\_



7. Zoho form dan konfirmasinya di e-mail

Confirmation ID	Name	Confirmation Status	Tour Name
BDV-Conf-1372	Hargo	Confirmed	Mangrove Discovery Tour
BDV-Conf-1371	Rini	Confirmed	Mangrove Discovery Tour
BDV-Conf-1370	Amy	Confirmed	Pleas Laga Day Park Activities
BDV-Conf-1369	Rini	Confirmed	Binan Eco Farm
BDV-Conf-1368	Rani	Confirmed	Binan Eco Farm
BDV-Conf-1367	Yuli	Confirmed	South Binan Heritage Tour
BDV-Conf-1366	Rita	Confirmed	Mangrove Discovery Tour
BDV-Conf-1365	Rini	Cancelled	Double confirmation
BDV-Conf-1364	Kudi	Confirmed	Mangrove Discovery Tour
BDV-Conf-1363	Rani	Confirmed	Mangrove Discovery Tour

BRC Tours Confirmation.

To : Fitri  
 Conf ID : BDV-Conf-910  
 Conf Status : Confirmed  
 Tour Name : Mangrove Discovery Tour  
 Option Meals :  
 Tour Date : 17-Feb-2018  
 Tour Time : 13:00  
 Pick up Time : 12:30  
 Pick up Venue : Nirwana Resorts  
 Room No. : 3120  
 #Adult : 2  
 #Child :  
 Guest Name : TBA  
 Nationality :  
 Payment : Billing Room  
 Travel Agent Name : Nirwana Resorts  
 E-mail Address :  
 Ref No. :  
 Remarks : Req Mandarin  
 Confirmed By : Dinda

8. Official Receipt

Business Department  
 PT. Binan Resort Cakrabala  
 Telp +62 (071) 892020, 892092 Fax: +62 (071) 892030  
 Email: brc@nirwana.com

Ref No.: 1-31  
 Date: \_\_\_\_\_

**ACKNOWLEDGEMENT**

Tour  Others: \_\_\_\_\_  
 Tour / Service / Item: Mangrove Discovery Tour  
 Date / Time / Pick: 10 MARET 2018 12:30 PM  
 Hotel / Group: \_\_\_\_\_ Hotel Ref: \_\_\_\_\_  
 Guest Name / Nationality: \_\_\_\_\_ Room / Agent: \_\_\_\_\_  
 Ticket No: 161790-343

Verified by Guest: \_\_\_\_\_ Confirmed by BD Staff: \_\_\_\_\_  
 Name/Date: \_\_\_\_\_ Name/Date: \_\_\_\_\_

Invoice  Bill Room

Copies: White & Blue - Finance / Yellow - HR Admin, Pink - Customer

Business Department  
 KOPERASI WIRA ARTHA  
 TEL : 0812 7779 8782  
 Email : mangrove.wira@gmail.com

Ref No.: C-05  
 Date : 10 MARET

Tour  Cash  Credit Card  
 Bill Room  Other  Invoice

**ACKNOWLEDGEMENT**

Code	Description	Qty	Unit Price	Amount
	4 A			

Tour / Service : MNT  
 Date / Time : 10:30 PM  
 Hotel / Room No : \_\_\_\_\_  
 Guest Name : \_\_\_\_\_  
 Nationality : \_\_\_\_\_  
 No. of Requirements / Pick up : \_\_\_\_\_  
 Ticket No : \_\_\_\_\_

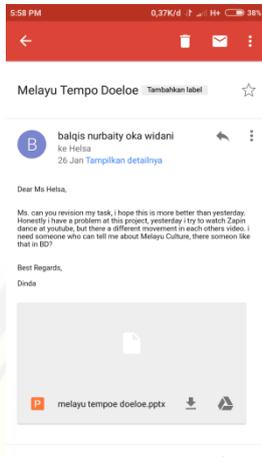
Verified by Guest: \_\_\_\_\_ Confirmed by WIRA Staff: \_\_\_\_\_  
 Name/Date: \_\_\_\_\_ Name/Date: \_\_\_\_\_

Copies: White & Blue - Finance / Yellow - HR Admin, Pink - Customer  
 LATIF - HALVIA

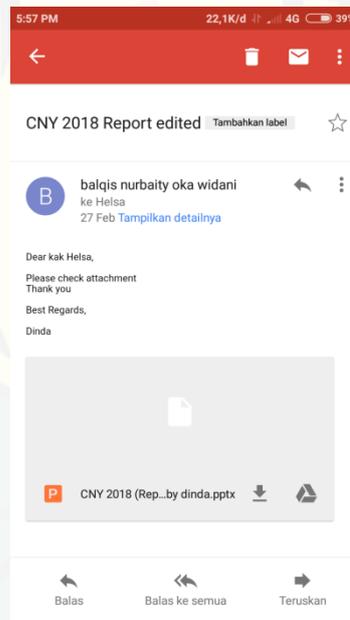
9. Set-up meeting room



10. Melayu Tempo Doeloe project



11. Data peserta Chinese New Year 2018 dan Chinese New Year Report



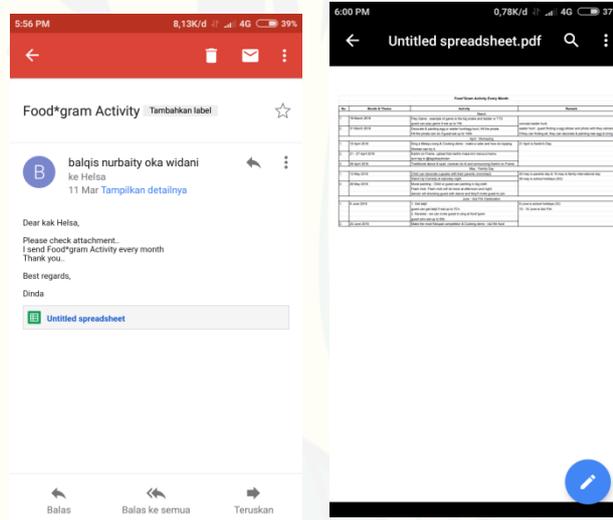
12. Miss Lagoi 2018



13. *Talkshow* Kumpul Blogger Kepri



14. “*Food\*gram*” week activity



15. Kartini’s Day di PT. Bintang Resort Cakrawala (pawai dan *dance competition*)



16. Ikut mendampingi *guide* dalam *Ecofarm & Mangrove Tour* siswa Jepang



17. *Mangrove Replanting*



18. Menemani Marcom (*marketing & communication*) mendampingi selebgram/*influencer*



19. Waisak Day



20. Bersama mentor, HRD (kiri), *Head of Department* (kanan), dan staff *Business Development* (kanan)

