



Analisis Faktor Keberhasilan Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia)

Adam Muarif^{1*}, Achmad Syarifudin², Muhammad Randicha Hamandia³.

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i4.414>

*Correspondence:

adammuarif2882@gmail.com

Email:

adammuarif2882@gmail.com

Received: 11-04-2024

Accepted: 20-05-2024

Published: 29-06-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Didalam dunia event management peran event organizer dan bekerja sama dengan banyak pihak sangat penting untuk berjalannya sebuah acara yang efektif dan sukses. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa proses pengelolaan acara yang digarap oleh event organizer mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi sehingga dapat mencapai keberhasilan suatu acara. Dan ilmu manajemenlah yang berperan sangat penting dalam berbagai acara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan teori event management Goldblatt. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Proses pengelolaan penyelenggaraan event pada CV.Soundtrack Indonesia mencapai keberhasilan yaitu dengan terdiri dari lima langkah yaitu; Research, Design, Planning, Coordination, Evaluation. Pada tahap Research CV. soundtrack Indonesia melakukan analisis SWOT, tahap Design melakukan brainstorming dengan metode mind mapping, tahap Planning menerapkan unsur 5W+1H, tahap Coordination mengkoordinasi pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan event tersebut, Evaluation 3 tahap dalam evaluasi event yaitu: 1. Tahap Persiapan, 2. Tahap Pelaksanaan merupakan tahap evaluasi pada hari H, saat berlangsungnya acara 3. tahap akhir merupakan tahap evaluasi mengenai dampak atau hasil event. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan event-event yang diselenggarakan oleh CV Soundtrack Indonesia yaitu tim event yang mumpuni, rundown acara, materi acara yang kuat, ualitas layanan, tempat event yang tepat dan nyaman, promosi yang baik.

Keywords: *Faktor Keberhasilan, Event Organizer, Keberhasilan Acara*

Pendahuluan

Dalam pengelolaan acara, MICE mengacu pada pertemuan dan kegiatan yang mengumpulkan peserta dengan minat yang sama di tempat yang telah diatur sebelumnya. Akronim MICE adalah singkatan dari Rapat (meeting), Insentif (incentives), Konvensi (conventions), dan Pameran (exhibitions), yang masing-masing mewakili format dan tujuan pertemuan yang berbeda.

Acara-acara ini biasanya memerlukan pengaturan tempat dan fasilitas khusus untuk mengakomodasi kebutuhan peserta (Lau C, 2016). Menyelenggarakan acara MICE merupakan bagian integral dari sektor acara bisnis dan memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Kegiatan-kegiatan ini melibatkan banyak industri dan entitas, sehingga menghasilkan dampak ekonomi yang signifikan dan memberikan

manfaat bagi berbagai pemangku kepentingan. Penyelenggara acara (EO) sangat penting di sektor MICE, mengelola acara mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dan kegiatan pasca acara. Di Indonesia, industri EO semakin berkembang, menawarkan peluang wirausaha dan berkontribusi terhadap pertumbuhan pendapatan daerah. Sektor MICE bertujuan untuk menumbuhkan sumber daya manusia terampil yang mampu memberikan layanan manajemen acara profesional, sehingga meningkatkan daya saing dan membuka prospek kerja baru.

Industri hiburan telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa dekade terakhir, dengan penyelenggara acara (EO) memainkan peran penting dalam ekosistem hiburan modern. EO bertanggung jawab untuk merencanakan, mengatur, dan melaksanakan berbagai acara, termasuk konser musik, festival, pameran dagang, konferensi, dan pernikahan. Industri ini telah mengalami pertumbuhan eksponensial, didorong oleh meningkatnya permintaan terhadap beragam program hiburan dan berkembangnya preferensi konsumen.

Di Indonesia, industri EO telah berkembang secara signifikan, dengan peningkatan tahunan sebesar 14% sejak tahun 2016. Pertumbuhan ini sebagian besar didorong oleh sektor Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (MICE), yang menghasilkan omset tahunan hingga 25 triliun rupiah. Aktivitas musik secara khusus memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ini, yang menyebabkan munculnya promotor dan penyelenggara acara yang melayani tingginya minat masyarakat terhadap berbagai acara music (Herwandi, 2021: 18).

Keberhasilan penyelenggara acara dalam menyelenggarakan acara dapat berdampak signifikan pada kepuasan klien, reputasi merek, hasil ekonomi, dan perkembangan industri. Namun tantangan dan hambatan sering terjadi dalam perencanaan dan pelaksanaan acara.

Mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan sangatlah penting karena faktor-faktor tersebut menunjukkan dengan tepat aspek-aspek penting untuk mencapai hasil yang diinginkan. Faktor-faktor seperti pengelolaan anggaran yang efisien, strategi pemasaran yang efektif, pemilihan lokasi yang optimal, dan memastikan kepuasan pelanggan adalah kunci dalam penelitian penyelenggara acara. Memahami dan mengelola faktor-faktor ini meningkatkan kemungkinan keberhasilan hasil acara.

Pelanggan modern semakin mencari pengalaman acara yang unik dan inovatif. Penyelenggara acara harus beradaptasi dengan preferensi pelanggan yang terus berkembang dengan berinovasi dalam perencanaan dan penyampaian acara. Kemajuan teknologi, termasuk aplikasi seluler dan media sosial, telah mengubah cara penyelenggara acara merencanakan, mempromosikan, dan melaksanakan acara. Mengintegrasikan teknologi ini secara efektif dapat meningkatkan efisiensi dan meningkatkan pengalaman peserta (Gupta, 2016: 35).

Event organizer (EO) seringkali berkolaborasi dengan berbagai pihak ketiga seperti vendor, sponsor, dan penyedia layanan. Manajemen yang efektif atas hubungan ini sangat penting untuk keberhasilan EO. Menurut Hill & Williams (2020), membangun kemitraan yang baik dapat memberikan sumber daya tambahan dan dukungan finansial yang penting

bagi EO, sehingga berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan acara mereka (Hill et al., 2015: 15). Keberhasilan penyelenggara acara (EO) terkait erat dengan keamanan acara. Risiko seperti pelanggaran keamanan, kecelakaan, atau kerusakan dapat berdampak signifikan baik bagi acara maupun pesertanya. Menurut Roberts dkk. (2017), persiapan yang memadai dan langkah-langkah proaktif sangat penting dalam mengelola risiko-risiko ini secara efektif dan memastikan keselamatan dan keberhasilan acara (Miller, 2015: 287).

Untuk merencanakan dan mengelola berbagai aspek organisasi acara secara efektif, manajer acara memerlukan praktik kepemimpinan khusus. Praktik-praktik ini mencakup komunikasi yang menarik, pemikiran strategis, analisis dan penilaian kritis, pengelolaan sumber daya, ketahanan emosional, dan kepekaan antarpribadi. Selain itu, manajer acara harus unggul dalam kolaborasi tim, motivasi, memberdayakan anggota tim, dan mendorong perkembangan mereka. Keberhasilan dalam manajemen acara melibatkan keseimbangan kendali atas penyelenggaraan acara dengan kerja tim kolaboratif, menyoroti peran penting kepemimpinan dan kerja tim dalam mencapai acara yang sukses (Abson, 2017: 403).

CV Soundtrack Indonesia memiliki reputasi yang kuat dan portofolio acara yang beragam, termasuk kerjasama nasional dan internasional dengan instansi pemerintah dan perusahaan besar. Fokus penelitian Anda pada CV Soundtrack Indonesia kemungkinan besar akan memberikan wawasan berharga mengenai strategi dan faktor keberhasilan mereka dalam menyelenggarakan acara-acara penting tersebut. Jika ada hal spesifik yang memerlukan bantuan terkait penelitian Anda atau topik terkait lainnya.

Metode Penelitian

Penelitian adalah usaha untuk mencari, memahami, dan mengkaji suatu topik atau masalah dengan tujuan menemukan kebenaran atau jawaban yang dapat diakui secara ilmiah. metode penelitian adalah proses sistematis yang melibatkan metode ilmiah untuk memahami dan menjelaskan subyek atau objek penelitian tertentu. Penelitian juga merupakan upaya berkelanjutan yang berfokus pada mencari solusi atau pemahaman yang didasarkan pada bukti-bukti yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Rosady, 2010: 24).

Dilihat dari jenis penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor Keberhasilan *Event Organizer* CV Sountrack Indonesia, Penelitian ini adalah penelitian Studi Kasus Kualitatif, Yakni peneliti akan memilih satu atau beberapa acara yang telah diselenggarakan oleh EO CV Soundtrack Indonesia dan melakukan studi kasus kualitatif dapat memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor keberhasilan dalam konteks kritis. Ini memungkinkan peneliti untuk memeriksa secara rinci faktor-faktor keberhasilan dalam konteks spesifik acara tersebut. Penelitian dilakukan di lokasi CV Soundtrack Indonesia yang berlokasi di Semangka Raya No.5, 30 Ilir, Kec. Ilir Bar. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Hasil dan Pembahasan

Event Organizer (EO) beroperasi sebagai bisnis dalam bidang hiburan, pameran, dan pendidikan, biasanya terdiri dari tim yang berdedikasi. Peran utama mereka adalah membantu klien dalam mengatur berbagai acara, seperti peluncuran produk, pertemuan perusahaan, hari jadi, pameran, seminar, promosi, penjualan produk, konser musik, dan banyak lagi. Tanggung jawab EO berkisar dari membuat konsep acara hingga memastikan kelancaran pelaksanaannya. Mereka dapat mengembangkan konsep acara bekerja sama dengan klien atau sekadar melaksanakan visi klien yang telah ditentukan sebelumnya (Ibnu Novel)

Suatu acara mencapai tujuannya dan berjalan lancar melalui perencanaan dan persiapan yang matang dan akurat berdasarkan kondisi dunia nyata. Setiap penyelenggara acara memainkan peran penting dalam merencanakan setiap aspek acara dengan cermat. Mereka harus memahami kebutuhan klien dan tujuan acara untuk menyusun agenda yang sesuai. Perencanaan terperinci melibatkan pemilihan tempat, penyesuaian jadwal, pengelolaan anggaran, dan koordinasi dengan semua pihak yang terlibat. Hal ini menuntut pemahaman yang mendalam tentang harapan klien, keterampilan perencanaan yang kuat, dan jaringan yang luas untuk mendapatkan pilihan yang optimal.

Proses pengorganisasian acara mencakup beberapa langkah penting yang penting untuk memastikan keberhasilan. Menurut Goldblatt, langkah-langkah tersebut meliputi Penelitian, Desain, Perencanaan, Koordinasi, dan Evaluasi. Langkah-langkah ini memberikan kerangka kerja untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelaksanaan acara. Pada tahap *research* CV.Soundtrack Indonesia melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan proses dimana tim manajemen mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi kinerja organisasi/perusahaan dimasa depan (Riyanto et al., 2021: 62).

Berdasarkan analisis SWOT CV.Soundtrack Indonesia, kekuatan mereka terletak pada memiliki brand yang sudah mapan. Menurut Kartono dan Sumiati, merek yang kuat tidak hanya sekedar simbol atau nama; ini berfungsi sebagai pengenalan yang dapat dikenali yang dikagumi dan dipercaya konsumen. Merek yang kuat tersebut tidak hanya menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang tetapi juga berkontribusi dalam menghasilkan keuntungan bagi organisasi (Rosita, 2016: 5).

Staf yang terlatih dan banyaknya sponsor merupakan kekuatan dari bisnis penyelenggara acara. Namun, kelemahannya mencakup ukuran tim yang kecil dan modal yang tidak dapat diprediksi. Mendirikan bisnis seperti itu memerlukan modal yang besar untuk perizinan, pengadaan peralatan, dan biaya promosi. Kekurangan staf merupakan faktor penting tantangan, yang berdampak pada persiapan dan operasional hari acara. Di sisi lain, peluangnya terletak pada meningkatnya permintaan akan penyelenggara acara, didorong oleh meningkatnya antusiasme dan prospek pertumbuhan positif di berbagai kota. Potensi profitabilitas sangat besar, asalkan bisnis beroperasi dengan profesionalisme dan kemampuan. Ancaman mencakup persaingan yang ketat, permintaan klien yang beragam, perlunya inovasi berkelanjutan, dan potensi kesenjangan pengetahuan dalam pelaksanaan acara. Klien terkadang gagal mengkomunikasikan harapan mereka secara

efektif, yang menyebabkan kesalahpahaman dan kesalahan implementasi mengelola proses internal mereka dapat menghadirkan tantangan lebih lanjut.

Tahap *Design*, dengan pendekatan terstruktur untuk brainstorming dan pemetaan pikiran pada tahap desain, terutama dalam perencanaan acara. Metode ini tidak hanya membantu dalam menghasilkan solusi kreatif tetapi juga mendorong komunikasi yang efektif dan ikatan tim. Apakah ada hal spesifik yang ingin Anda diskusikan atau jelajahi lebih lanjut tentang perencanaan acara atau metode ini?.

Planning dimana pada tahapan ini CV. Soundtrack Indonesia menerapkan unsur 5W+1H *Why* “Kenapa kegiatan/acara ini berlangsung atau terjadi?” Dalam hasil dokumentasi, harus menjelaskan mengapa diadakan kegiatan/acara tersebut. Apakah acara tersebut merupakan kegiatan yang *urgent* seperti rapat atau memang sedang merayakan sesuatu misal kegiatan ulang tahun suatu perusahaan. *Where* “Dimana kegiatan/acara tersebut berlangsung?” akan lebih baik dapat menunjukkan tempat atau lokasi dimana kegiatan/acara tersebut berlangsung. Kamu bisa mengambil suasana yang merepresentasikan lokasi tersebut secara general sehingga orang-orang yang melihat hasil dokumentasimu menjadi tahu. *When* “Kapan kegiatan/acara tersebut berlangsung?” Biasanya, kegiatan/acara yang berlangsung dapat menunjukkan waktu atau moment pada kegiatan/acara tersebut. Misal, kegiatan yang berlangsung adalah buka bersama dengan anak yatim, maka dalam hasil dapat menjelaskan bahwa kegiatan itu terjadi saat di Bulan Ramadhan. *How* “Bagaimana keberlangsungan dari kegiatan/acara tersebut?” menjelaskan bagaimana kegiatan/acara tersebut berlangsung. Misal hasil yang didapat memperlihatkan suasana haru atau orang-orang yang bergembira mengikuti rangkaian acara.

Coordination memang sangat penting untuk keberhasilan pelaksanaan acara. Hal ini memastikan bahwa semua aspek perencanaan terintegrasi dan dilaksanakan dengan lancar. Dari logistik seperti penyewaan tempat dan transportasi hingga upaya kolaboratif berbagai departemen seperti katering, pemasaran, dan dekorasi, koordinasi yang efektif memastikan semuanya berjalan lancar. Bagaimana Anda biasanya mengelola atau memfasilitasi koordinasi antar departemen yang berbeda-beda selama proses perencanaan acara.

Evaluation yaitu upaya evaluasi menyeluruh sebagai bagian penting dalam meningkatkan layanan penyelenggara acara. Pendekatan terstruktur melalui tiga tahap—persiapan, pelaksanaan, dan penilaian akhir—memastikan tinjauan komprehensif terhadap seluruh aspek acara. Bagaimana biasanya Anda mengumpulkan umpan balik dan menganalisis data selama tahap evaluasi ini untuk memberikan masukan bagi perbaikan di masa depan.

Suksesnya sebuah acara/*Event* yang dibuat, akan dipengaruhi banyaknya yang datang dan keberhasilan penjualan atau promosi produk yang dikedepankan. Ada beberapa hal yang harus dipahami oleh penyelenggara acara sebagai faktor keberhasilan sebuah *event*.

Faktor dan komponen pertama yang mempengaruhi kesuksesan sebuah *event* adalah tim *event* yang mumpuni, dalam penyelenggaraan *event* tentu tidak bisa menjalankannya sendirian. Banyaknya bidang yang harus dikerjakan membuat harus punya orang lain sebagai tim yang membantu mensukseskan *event*. Tim *event* sendiri bias rekrut secara pribadi atau meminta pihak ketiga seperti *event organizer* yang melakukannya. Jika meminta

event organizer untuk mengurus, maka juga harus membicarakan secara gamblang apa yang diinginkan untuk *event* tersebut. Tapi bila menggunakan tim *event* dari orang-orang yang direkrut secara pribadi maka pastikan untuk memilih orang-orang yang mumpuni dan serius untuk bekerjasama mensukseskan *event*. Dengan menggunakan maka bisa dengan mudah melakukan pembicaraan yang jelas tanpa salah faham. Jadi selain mendapatkan talent yang tepat, dengan fitur *log conversation* maka acara yang diinginkan bisa dipahami dengan baik oleh tim *event* dari CV. *Soundtrak Indonesia*.

Rundown/Runtutan acara memang sangat disusun dengan cermat dan tepat agar *event* bisa berjalan dengan tertib dan juga sesuai dengan waktu yang telah disediakan. Semakin detail *rundown* acara yang disusun maka akan semakin baik dan jelas arah *event* akan dijalankan (Ibnu Novel). Jadi cobalah untuk menyusun *rundown* sedetail mungkin dan lengkap dengan susunan acara yang akan direncanakan. Untuk menyusun susunan acara atau *rundown* yang baik bisa berdiskusi dengan beberapa orang dari tim. Hal ini karena dari diskusi, bisa saja muncul usulan yang tepat untuk mengisi acara pada *event*.

Satu hal lagi yang tak boleh terlewatkan yakni supaya lebih enak terlihat cobalah untuk menyusun *rundown* acara dengan bentuk tabel lengkap dengan indikator seperti penanggung jawab, waktu, kegiatan dan keterangannya. Agar mendapatkan *rundown* yang baik maka bisa membantu. Ini karena dengan maka bisa mendapatkan talent berpengalaman yang mampu memberikan usulan terbaik untuk *rundown event* yang akan diadakan.

Materi acara yang kuat bila sedang mengkonsep acara atau *event* yang penuh dengan pengajaran atau pembelajaran maka mau tak mau harus mempersiapkan materi yang matang dan kuat. Hal ini dikarenakan jika tidak menguasai materi yang akan dibawakan maka hal ini akan membuat *event* jadi tidak menarik dan membosankan. Dan pada akhirnya jika tidak bisa membawakan materi ini dengan baik maka *event* yang digelar pun bisa saja berlangsung tidak sukses dan juga mengecewakan para undangan.

Kualitas layanan supaya *event* berjalan dengan lancar dan sukses maka mau tak mau harus melayani undangan atau pengunjung yang datang dengan maksimal. Para undangan atau pengunjung yang datang memang harus perlakukan dan layani sebaik mungkin. Ini karena mereka para undangan adalah raja seperti juga konsumen atau pembeli. Jadi jangan setengah-setengah untuk melayani pada tamu undangan atau pengunjung yang datang ke *event* yang gelar. Sebab dengan melayani para undangan dengan baik maka *event* akan bisa memuaskan semua orang dan *event* pun akan dianggap sukses (Ibnu Novel)

Tempat *Event* yang tepat dan nyaman berikutnya, komponen dan faktor yang bisa mempengaruhi sukses dan berhasilnya *event* adalah tempat *event* yang tepat dan nyaman. Setiap *event* pasti membutuhkan tempat. Semakin besar *event* yang akan digelar maka tempat yang dibutuhkan juga harus besar. Agar bisa membuat publik mau datang dan mudah menjangkau lokasi *event* sebaiknya pilihlah tempat yang strategis. Semakin strategis lokasi *event* yang pilih maka semakin berpeluang bisa menarik masyarakat lebih banyak. Jangan lupa juga untuk memperhatikan tingkat kenyamanan pada tempat *event* yang akan pilih. Sebab dari kenyamanan inilah maka pengunjung bisa betah berlama-lama mengikuti acara. Selain itu dengan kenyamanan pula para pengisi acara juga bisa dengan maksimal memberikan yang terbaik. Dari sinilah maka *event* yang akan digelar pun bisa berjalan

dengan lancar dan sukses (Ibnu Novel).

Promosi yang Baik bila ingin *event* berlangsung meriah dengan didatangi banyak orang maka harus melakukan promosi *event* yang baik. Promosi memang akan membuat *event* dikenal secara luas oleh masyarakat umum. Semakin baik promosi yang jalankan maka akan semakin berpeluang pula *event* berlangsung dengan meriah dan sukses. Bisa menjalankan promosi untuk *event* ini secara *offline* atau secara *online*. Promosi secara *offline* bias lakukan dengan cara menyebarkan brosur atau mengkampanyekan melalui pengeras suara dengan keliling kota dengan mobi. Selain cara *offline*, promosi *event* juga bias lakukan dengan cara *online* melalui prosi *via website*, media sosial dan juga *email*. Semakin lengkap menjalankan promosi yang telah dijalankan maka akan semakin berpeluang *event* didatangi masyarakat umum dalam jumlah besar. Tapi harus juga dipahami bahwa promosi ini membutuhkan dana, jadi sebelum menjalankan juga perlu mempertimbangkan masalah anggarannya.

Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian pada CV. Soundtrack Indonesia maka penulis menarik kesimpulan yang berhubungan dengan pembahasan sebelumnya; (1) Proses pengelolaan penyelenggaraan *event* pada CV.Soundtrack Indonesia guna mencapai keberhasilan yaitu dengan terdiri dari lima langkah yaitu; *Research, Design, Planning, Coordination, Evaluation*. Pada tahap *Research* CV. soundtrack Indonesia melakukan analisis SWOT, tahap *Design* melakukan *brainstorming* dengan metode *mind mapping*, tahap *Planing* menerapkan unsur 5W+1H, tahap *cooridiantion* mengkoordinasi pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan *event* tersebut. tahap *Evaluation* 3 tahap dalam evaluasi *event* yaitu:1.Tahap Persiapan, pada tahap ini termasuk:a. Evaluasi data dan informasi tentang pasar event b. Evaluasi kelengkapan desain event. Evaluasi tentang *event timeline* 2. Tahap Pelaksanaan merupakan tahap evaluasi pada hari H, saat berlangsungnya acara 3. Tahap Akhir Merupakan tahap evaluasi mengenai dampak atau hasil *event*. (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan *event-event* yang diselenggarakan oleh CV Soundtrack Indonesia yaitu tim *event* yang mumpuni, rundown acara, materi acara yang kuat, ualitas layanan, tempat *event* yang tepat dan nyaman, promosi yang baik.

Referensi

- Abson, E. (2017). *How event managers lead: applying competency school theory to event management*. *Event Management*, 21, 403-419.
- Adawiyah, Sa' diah. (2020). *Manajement Event*. Bintang Pustaka Madani. Yogyakarta
- Ginting, R. I., & Nasyuha, A. H. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Kelayakan *Event Organizer* Dalam Menjalankan *Event IBC* (Intensive Bible Course) Di Yayasan Giving Indonesia Menggunakan Metode Multi Objective Optimazation On The Basis Of Ratio Analysis. *Syntax: Journal of*
- Gupta, S. (2016). The Impact of Technology on *Event Organizers*. *International Journal of Event Management Research*, 6(2), 35-50.
- Hafidz, I. N. (2017). *CEO Chief Event Organizer*. Penerbit Gava Media. Yogyakarta.

- Hasanti, I. D. (2019). Analisis Komunikasi Organisasi Antara *Event Project Team* dan Account Executive di *Event Organizer Twisbless*. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 32-41.
- Herwandi, A. T., Darsono, M. C., & Sienatra, K. B. (2021). *Faktor kesuksesan event organizer musik dari sisi kepuasan pelanggan*. *JURNAL EKUIVALENSI*, 7(1), 18-37.
- Hill, D., & Williams, P. (2020). Partnership and Collaboration in *Event Management*. *Journal of Strategic Event Management*, 12(1), 15-30.
- Lau, C. (2016). *Meetings, incentives, conventions and exhibitions (MICE)*. Hong Kong: Polytechnic Institute.
- Software Engineering, Computer Science and Information Technology*, 1(2), 76-81.
- Kilkenny, S. (2011). *The complete guide to successful event planning*. Atlantic Publishing Company.
- Kusuma, C. S. D. (2016). Modul Manajemen *Event*. 1–51.
- Mahendra, N. R. R. (2019). *Identifikasi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha Pengusaha Event Organizer Topeng the Event di Semarang* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Matthews, Doug. (2008). An Introduction to Special *Events* and Special *Event* Production. 10.1016/B978-0-7506-8243-5.50005-1.
- Miller, E. (2015). Environmental Sustainability in *Event Organizing*. *Sustainable Event Planning Journal*, 8(4), 287-301.
- Pangkey, I. S., Mulyono, H., & Kalangi, J. S. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Meningkatkan Pelanggan *Event Organizer Onet Twenty One Organizer Desa Suwaan Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara*. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2).
- Riyanto, Dkk. (2021). *Analisis SWOT sebagai penyusunan Strategi Organisasi*. Bintang Pustaka Madani. Yogyakarta
- Rosita, N. H., & Yulianti, I. (2016). Brand dalam Implikasi Bisnis. Universitas Brawijaya Press.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 24.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 36.
- Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, ed. by Hamzah Upu, 1st edn (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017). Hlm 75
- Wan Yusoff, W. Z., Ismail, M. F., Rahman, I. A., & Gwamna, E. S. (2015). Critical Success Factors (CSFs) of Meeting, Incentive, Convention and Exhibition (MICE) *Event Management*. *Advanced Science Letters*, 21(5), 1317-1320.