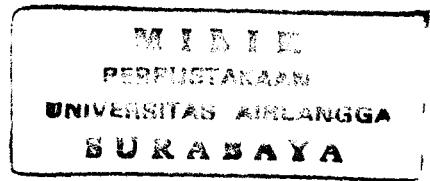


# BAB I

## PENDAHULUAN



### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pelaksanaan event adalah untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, maupun agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2009). Adanya perkembangan zaman membuat penyelenggaraan event saat ini juga dapat berupa sebagai rangkaian acara peluncuran produk atau sebagai promosi suatu daerah. Event juga tidak terbatas pada suatu daerah yang terikat secara adat dan budaya, namun event juga dapat menjadi tempat bertemunya berbagai budaya dari berbagai bangsa seperti pada perhelatan SEA Games atau Olimpiade.

Perhelatan akbar seperti seperti Olimpiade dan SEA Games hanya terjadi dalam beberapa tahun sekali, sehingga masyarakat tidak selalu dapat menjumpai event tersebut. Menurut Noor (2009) event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan dalam bentuk khusus yang tidak selalu ada dalam kegiatan sehari-hari. Pelaksanaan event yang tidak setiap hari dan hanya dalam jangka waktu tertentu menjadi sesuatu pembeda pada kegiatan sehari-hari masyarakat. Oleh karena itu penyelenggaraan event menjadi salah satu hal yang dinanti oleh masyarakat karena ingin melepaskan diri dari kepenatan rutinitas sehari-hari.

Selain memberikan manfaat bagi masyarakat karena sebagai tempat alternatif untuk melepaskan diri dari kegiatan sehari-hari, event juga memberikan manfaat bagi segi ekonomi dan pengembangan komunitas (Getz, 1993). Melalui event akan timbul bisnis-bisnis baru antara penyedia produk dan jasa dengan pengguna sehingga dapat menjangkau berbagai sisi seperti sisi *local economy, infrastructure, commercial, and social/cultural aspects* (Ritchie, 1996). Untuk lebih menarik minat dan *awareness* masyarakat terhadap suatu *brand* atau produk dari perusahaan, sebuah event spesial dapat dibuat untuk mendapatkan perhatian media atau khalayak. Hal ini sebagai salah satu upaya bisnis perusahaan dalam memasarkan produknya. Komunitas-komunitas yang ada dapat membuat event untuk lebih mengenalkan komunitas mereka kepada masyarakat luas dan juga menarik masyarakat yang berminat untuk bergabung bersama komunitas tersebut.

Perusahaan atau komunitas yang membuat event akan berusaha menunjukkan keunikan agar masyarakat luas lebih mengenal organisasi atau produk yang diwakilkan mereka. Keunikan tersebut menjadi salah satu keunggulan bagi sebuah event sehingga event tersebut menjadi hal yang menarik untuk dikunjungi. Pembuatan event yang unik tentu perlu diimbangi dengan kualitas event secara umum. Sedangkan menurut McDowall (2010) kualitas festival merujuk pada atribut produk dan service yang diberikan penyelenggara. Dari hal tersebut kualitas event dapat dipengaruhi oleh atribut-atribut event.

Melalui atribut event, penyelenggara juga dapat meningkatkan kualitas event secara keseluruhan. Kualitas atribut-atribut ini akan membentuk suatu pengalaman positif yang dapat berupa perasaan yang berkesan dan *memorable*

terhadap suatu event. Secara tidak langsung kualitas atribut juga dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan *overall satisfaction* yang kemudian mempengaruhi *intention to revisit* (Cole and Chancellor, 2009). Dalam pelaksanaan event maupun festival, *event organizer* diminta mampu memenuhi keinginan pengunjungnya sebagai bagian dari peningkatan kualitas event. Dari hal tersebut diharapkan mampu memberi kontribusi pada *customer satisfaction* dan *loyalty* (Cronin *et al.*, 2000; Parasuraman and Grewal, 2000).

Adanya atribut event merupakan sebuah fitur yang dimiliki oleh sebuah event. Hal tersebut juga menjadi pembeda bagi sebuah event dibandingkan dengan event lain, sedangkan pengunjung yang datang ke sebuah event akan berinteraksi langsung dengan atribut event. Menurut Cole dan Chancellor (2009) atribut event sendiri dibagi menjadi tiga kategori yaitu *programs*, *amenities*, dan *entertainment*. *Programs* sebagai atribut event menjadi salah satu hal yang dinilai oleh pengunjung. Menurut Cole dan Chancellor (2009) program berhubungan erat dengan acara-acara yang dilaksanakan. Dengan demikian *programs* dalam hal ini berkaitan dengan acara-acara yang dilaksanakan untuk mendukung pelaksanaan event secara keseluruhan. Selain itu *programs* atau acara yang dilaksanakan hendaknya berkaitan dengan tema atau konsep event itu sendiri, sebagai contoh event teknologi mengadakan acara berupa seminar mengenai teknologi terbaru, selain itu event seni mengadakan *workshop* melukis. Hal itu akan menambah daya tarik event melalui *programs* atau acara yang dilaksanakan dan dapat berpengaruh terhadap pengalaman pengunjung.

Tersedianya fasilitas yang memadai dan lingkungan event yang aman dan nyaman akan membuat pengunjung merasa berkesan dengan event tersebut. Sebaliknya, ketika fasilitas-fasilitas yang disediakan di lingkungan event tidak memadai maka pengunjung akan merasa tidak nyaman dan meninggalkan pengalaman negatif pada event tersebut. Misalnya, ketika suatu event tidak memiliki toilet yang bersih atau tempat parkir yang kurang memadai sehingga pengunjung merasa tidak leluasa ketika memarkirkan kendaraannya serta merasa kurang nyaman menggunakan toilet tersebut. Hal ini tentu akan meninggalkan kesan buruk terhadap pelaksanaan event tersebut. Menurut Cole dan Chancellor (2009) tersedianya fasilitas seperti tempat duduk dan kebersihan lingkungan ini digolongkan sebagai *amenities* pada atribut event.

Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Cole dan Chancellor (2009) atribut event juga terdiri atas faktor *entertainment*. *Entertainment* berhubungan erat dengan hiburan-hiburan langsung yang diselenggarakan pada event. Dalam sebuah event, hiburan dilakukan untuk memberikan kesenangan pada pengunjung yang datang sehingga akan berpengaruh terhadap pengalaman positif pengunjung. Menurut Cole dan Chancellor (2009) *entertainment* sebagai atribut event dalam dilaksanakan dalam bentuk *live band* atau bentuk penampilan lainnya. Selain itu *entertainment* akan membawa kepada kebahagiaan dan tawa (Pine dan Gilmore, 1999). Oleh karena itu *entertainment* sebagai atribut event diharapkan juga mampu membawa pengaruh terhadap pengalaman pengunjung selama berada dalam event.

Untuk mendapatkan pengalaman pengunjung yang berkesan secara positif dan memberikan kepuasan pada pengunjung dengan pelaksanaan event menuntut *event organizer* agar menyelenggarakan event dengan atribut-atribut yang dapat memuaskan *target audience*. Selain itu, kepuasan pengunjung secara keseluruhan terhadap suatu event dapat membawa efek positif terhadap pihak lain yang terlibat dalam event seperti penyandang dana dan peserta event (dalam hal ini seperti perorangan atau instansi yang turut berperan dalam kegiatan pameran, eksepsi, dan acara sejenis). Aspek kepuasan pengunjung menjadi hal yang perlu diperhatikan karena memberikan efek jangka panjang terhadap event. Penelitian sebelumnya mengenai event dan festival menunjukkan bahwa atribut pada event dan festival akan mendorong pada pengalaman yang positif (Cole dan Chancellor, 2009) para pengunjung yang kemudian dapat meningkatkan taraf kepuasan pengunjung secara keseluruhan terhadap suatu event. Kemudian kepuasan secara keseluruhan tersebut akan diartikan pada sikap untuk berkunjung kembali.

Event maupun festival yang ada akan membuat pengunjung lebih selektif untuk datang kembali pada event yang sama. Pengunjung ingin pengalaman yang mereka miliki adalah kesan positif sehingga dikemudian hari mereka berkeinginan untuk datang kembali pada event tersebut. Idealnya, pengunjung yang merasa memiliki pengalaman keseluruhan yang positif terhadap event tersebut juga merasa puas terhadap pelaksanaannya event secara keseluruhan. Dengan demikian pengunjung memiliki kemungkinan besar sebagai *repeat visitor* dan dapat merekomendasikan atau mengajak teman, keluarga, maupun relasinya. Efek ini akan membawa pengunjung baru dan akan meningkatkan *positive image* maupun

*revenue* dari event itu sendiri. Hal-hal tersebut yang dapat meningkatkan *revisit intention* serta meningkatkan promosi secara sukarela yang merupakan keuntungan bagi penyelenggara.

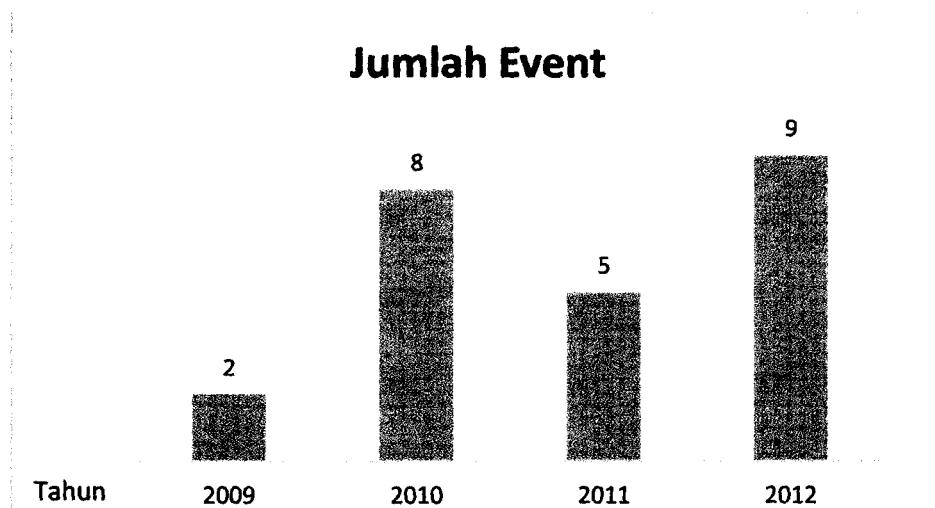
Penyelenggara event dapat membuat event sebagai bagian dari promosi produk suatu perusahaan. Selain itu terdapat event-event independen yang dilaksanakan oleh organisasi ataupun komunitas untuk merayakan maupun memamerkan karya mereka (*showcasing art*). Tidak ketinggalan, Pemerintah Daerah setempat juga membuat event untuk mempromosikan daerah mereka sebagai tempat pariwisata, tempat bisnis, atau identitas lainnya yang menjadi ciri khas mereka. Sebagai contoh Pemerintah Kota Yogyakarta yang mengadakan event seperti Festival Kesenian Yogyakarta bekerja sama dengan komunitas seni setempat untuk mempromosikan dan menambah daya tarik D.I.Yogyakarta sebagai kota seni dan budaya.

Selain menambah daya tarik wisata bagi D.I. Yogyakarta, secara umum event memberikan peran yang penting bagi Indonesia. Melalui event, banyak aspek yang dapat diangkat, mulai dari aspek ekonomi sampai dengan aspek sosial. Selain itu event seperti event olahraga tahunan, konser musik besar, pameran otomotif, pameran produk lainnya, dan event budaya serta event lainnya juga dapat menjadi daya tarik bagi banyak orang terhadap suatu tempat. Dengan demikian pelaksanaan event di Indonesia dapat menjadi daya tarik bagi banyak orang terutama wisatawan lokal maupun asing untuk datang ke berbagai tempat di Indonesia.

Menurut data dari BPS selama Januari hingga Juni 2013 terdapat kenaikan jumlah wisatawan asing yang datang ke Indonesia sebesar 7,18% dibandingkan kunjungan ditahun sebelumnya. Seperti yang dikutip dari situs bisnis *bisniswisata.co* “*peningkatan wisatawan mancanegara ini disebabkan karena banyaknya event-event Nasional hingga Internasional di Indonesia (Suryamin, Kepala BPS)*. Dari kenaikan tersebut sebagian besar peningkatan wisatawan mancanegara masuk melalui pintu Bandara Internasional Lombok sebesar 72,22 persen dan Bandara Adi Sucipto Yogyakarta 43,06 persen. (Badan Pusat Statistik; 2013)

**Grafik 1.1**

**Jumlah Event Dari 2009-2012**

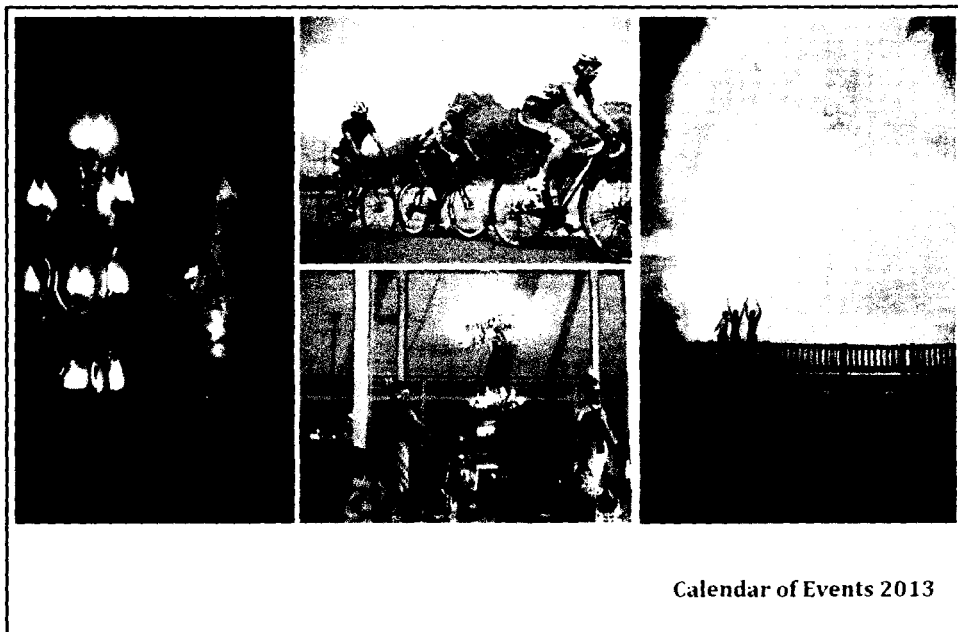


Sumber : Indonesia.Travel

Sumber : Data diolah dari situs Indonesia.travel

Data event dari situs *Indonesia.Travel* yang merupakan situs milik kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyebutkan dalam catatan event yang *dipublish* melalui *website* menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah

event yang terkait dengan pariwisata selama beberapa tahun terakhir meskipun jumlah tersebut tidak signifikan. Selain itu selama tahun 2013 terdapat 21 event yang terbuka untuk Internasional maupun Domestik dan di kumpulkan dalam urutan kalender event dari Januari-Desember oleh sebuah situs perwakilan Kedutaan Besar Indonesia yang menggunakan bahasa Jerman dan mengkhususkan mengenai promosi Indonesia kepada masyarakat Jerman yaitu *tourismus-indonesien.com*. Situs tersebut juga memberikan info mengenai event yang bertaraf Internasional seperti *Sail Komodo 2013* di Pulau Komodo serta *Jogja Java Carnival* di Yogyakarta untuk mengundang wisatawan asing agar datang ke berbagai provinsi di Indonesia.



Sumber : [Tourismus-indonesien.com](http://Tourismus-indonesien.com) (diakses 12 Desember 2013)

**Gambar 1.1**

**Tampilan Judul Calender Of Event 2013**



Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu provinsi di Indonesia adalah daerah yang dikenal sebagai kota Seni dan Budaya. Yogyakarta yang sering disebut *Jogja* adalah salah satu ikon kota Pariwisata di Indonesia yang memiliki banyak event. Event-event ini dibuat dalam rangka menambah daya tarik *Jogja* sebagai kota wisata kepada wisatawan asing maupun lokal. Oleh karena itu, event yang dibuat masih berhubungan dengan seni yang juga mendukung *image* *Jogja* sebagai kota seni dan budaya. Selain itu pelaksanaan event juga bertujuan memberikan hiburan bagi masyarakat Yogyakarta.

Menurut Kepala Dinas Pariwisata DIY yaitu Tazbir Abdullah melalui okezone.com (diakses pada 10 Desember 2013) mengatakan ingin membuat Yogyakarta menyelenggarakan banyak event, "*Kita mau Yogyakarta menyelenggarakan banyak aktivitas. Event kita ciptakan terus, kalau bisa Yogyakarta punya 1.000 event.*" Optimisme dari Kepala Dinas Pariwisata DIY ini dikatakan setelah menyelenggarakan event bertaraf Internasional yaitu *Tour de Jogja Bike Fest* dan akan berencana mengadakan salah satu event baru bertema *Jogja International Heritage Walk*. Oleh karena itu event di Yogyakarta menjadi salah satu hal yang dapat menjadi daya tarik utama karena tema yang berbeda dan baru dengan jumlah yang cukup banyak.

Yogyakarta termasuk kota yang cukup banyak dalam mengadakan event, hal ini ditunjukkan dari hampir setiap minggu terdapat event baik yang bertaraf lokal maupun internasional dengan waktu pelaksanaan event yang hanya sehari sampai lebih dari tiga hari. Bahkan menurut Andi salah satu admin *eventjogja.com*

di akhir pekan rata-rata event dapat mencapai 10 event, sedangkan dihari biasa kurang dari 10 event.

**Tabel 1.1.**

**Calender Event Di Yogyakarta Pada Bulan Januari 2014**

« December January 2014 February »

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
		1	2	3	4	5
		6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

27	28	29	30	31
Benteng Tangkap dengan Lepak Lampion 20 Tahun Teater Ngaran	Benteng Tangkap dengan Lepak Lampion 20 Tahun Teater Ngaran	Benteng Tangkap dengan Lepak Lampion 20 Tahun Teater Ngaran	Benteng Tangkap dengan Lepak Lampion 20 Tahun Teater Ngaran	Benteng Tangkap dengan Lepak Lampion 20 Tahun Teater Ngaran
Bole An Exhibition Larian Jawa "Pameran Diponegoro"	Bole An Exhibition Larian Jawa "Pameran Diponegoro"	Bole An Exhibition Larian Jawa "Pameran Diponegoro"	Pameran Pustak Indonesia "Jalan ke Barat Jawa di mata C. J. Leber"	Benteng Tangkap dengan Lepak Lampion 20 Tahun Teater Ngaran
Pameran Pustak Indonesia "Jalan ke Barat Jawa di mata C. J. Leber"	Pameran Pustak Indonesia "Jalan ke Barat Jawa di mata C. J. Leber"	Pameran Pustak Indonesia "Jalan ke Barat Jawa di mata C. J. Leber"	Benteng Tangkap dengan Lepak Lampion 20 Tahun Teater Ngaran	Pameran Pustak Indonesia "Jalan ke Barat Jawa di mata C. J. Leber"
Bole An Exhibition Larian Jawa "Pameran Diponegoro"	Bole An Exhibition Larian Jawa "Pameran Diponegoro"	Bole An Exhibition Larian Jawa "Pameran Diponegoro"	Pameran Pustak Indonesia "Jalan ke Barat Jawa di mata C. J. Leber"	Pameran Pustak Indonesia "Jalan ke Barat Jawa di mata C. J. Leber"

Sumber: eventjogja.com

Jumlah event yang cukup banyak di Yogyakarta termasuk adanya event seni merupakan media *entertainment* baru bagi masyarakat setempat karena event tidak bergantung pada perkembangan fisik suatu kota yang relatif mahal. Pembuatan event juga tidak hanya berasal dari pemerintah, namun juga bekerja sama dengan komunitas-komunitas seni yang ada di Yogyakarta. Suatu komunitas atau organisasi dapat membuat event tersebut tanpa membutuhkan biaya yang besar dengan memanfaatkan infrastruktur yang ada serta ketertarikan masyarakat terhadap hal yang baru.

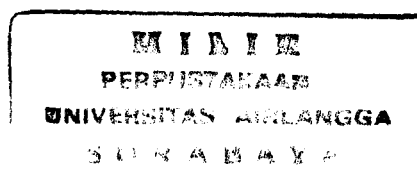
Komunitas-komunitas seni yang ada di Yogyakarta juga menggunakan event sebagai media untuk aktualisasi. Selain itu komunitas tersebut juga ingin memberikan informasi serta menyampaikan pesan mengenai isu-isu yang ada seperti isu kemanusiaan, lingkungan, politik, dan ekonomi. Menurut data dokumen yang dipublikasikan dalam Gelaran Almanak Seni Rupa Jogja 1999-2009 dalam Tomy (2010) terdapat kurang lebih 101 komunitas seni yang aktif di Yogyakarta dengan kategorisasi masing-masing adalah :

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Komunitas Seni Jogja**

Jenis Kesenian	Jumlah Komunitas
Seni Lukis	11
Seni Patung	1
Seni Grafis	8
New Media Art/Performance Art	6
Fotografi	11
Film	64
Jumlah	101

Sumber : Gelaran Almanak Seni Rupa Jogja 1999-2009

Jumlah tersebut dapat berkurang dan bertambah seiring sifat dari komunitas yang bebas dan tidak terikat. Tidak sedikit komunitas yang bergerak secara tidak resmi atau “*underground*” dan tidak terdata. Dari komunitas-komunitas tersebut banyak yang membuat acara-acara yang bermula sebagai acara Independen sampai pada akhirnya bersifat rutin dan mendapat sambutan masyarakat yang cukup besar seperti *Biennale Jogja*, *Perfurbance*, Festival Kesenian Yogya, *Jogja Art Fair*, dan Festival Film Dokumenter Yogyakarta maupun *Jogja-ASEAN Film Festival*. Disamping itu masih terdapat event-event maupun festival yang mengangkat seni dan budaya diadakan diluar rutinitas tersebut dengan jumlah cukup banyak.



Proyek Seni "Sekolah Seni Salah Didikan" Syafiatudina dalam Pameran "1x25 Jam"



**Related Post :**

- Pameran Seni Rupa "Unpredictable Kids" Empat Perupa Cilik, Respek Terhadap Keunikan Anak
- 8-28 Maret, Pameran Seni Lukis

Sumber : Jogjaneews.com (Diakses 12 Desember 2013)

**Gambar 1.2**  
**Salah satu proyek seni yang dilakukan oleh salah satu komunitas seni di Yogyakarta.**

Jumlah komunitas seni maupun organisasi seni yang cukup banyak di Yogyakarta dapat memberikan kontribusi aktif dalam terselenggaranya event yang mengangkat kesenian dan budaya. Event-event tersebut juga dapat dilaksanakan dengan lokasi di tempat bersejarah seperti Taman Budaya Yogyakarta maupun disekitar Malioboro agar lebih menarik pengunjung untuk datang. Kesuksesan event seni bergantung besar pada antusiasme dan kontribusi dari masyarakat yang ada disekitar daerah tersebut.

Masyarakat Yogyakarta yang sebagian besar masih berusia muda dapat memberikan kontribusi aktif dengan menjadi *volunteer* secara pemikiran, ide, tenaga, karya maupun keterlebitannya dalam komunitas. Selain itu, antusiasme

pemuda dengan mengikuti event seni menjadi salah satu cara agar kelestarian seni dan budaya tetap terjaga.

Selain itu kelestarian seni dan budaya dapat terus terjaga dengan peran dan dukungan aktif dari pemuda yang masih aktif mengerjakan pendidikan di Yogyakarta. Banyaknya pelajar serta mahasiswa luar yang datang ke Yogyakarta untuk melanjutkan pendidikan membuat Yogyakarta juga dikenal sebagai kota pendidikan selain sebagai kota seni.

**Tabel 1.3**

**Jumlah Sekolah dan Siswa dari 2009/10 – 2012/13**

Tahun	Jumlah Sekolah			Jumlah Murid		
	SMP	SMA	SMK	SMP	SMA	SMK
2009/10	422	166	192	128,882	50,036	74,347
2010/11	421	165	195	127,691	81,315	77,077
2011/12	420	165	203	122,368	49,063	78,712
2012/13	428	166	208	123,933	49,514	78,712

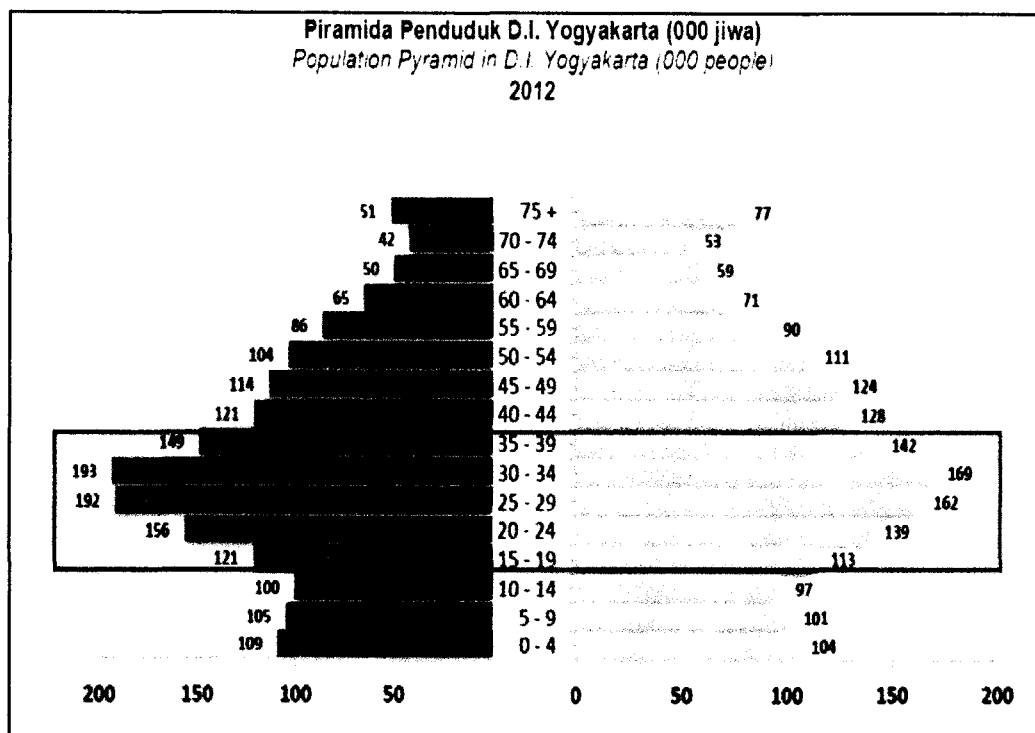
Sekolah Negeri dan Swasta di DIY

Sumber : Data diolah dari DIY dalam angka 2013

Menurut data dari BPS terdapat 69.680 mahasiswa pada perguruan tinggi negeri ditambah dengan perguruan tinggi swasta sebanyak 57.402 mahasiswa. Banyaknya jumlah pelajar dan mahasiswa tersebut juga dikarenakan demografi penduduk D.I.Yogyakarta yang mayoritas berusia 16-30 tahun yang masih dikategorisasikan sebagai pemuda menurut UU no.40 tahun 2009. Hal ini menjadi salah satu potensi bagi Indonesia untuk tetap melestarikan seni dan budaya melalui event.

Grafik 1.2

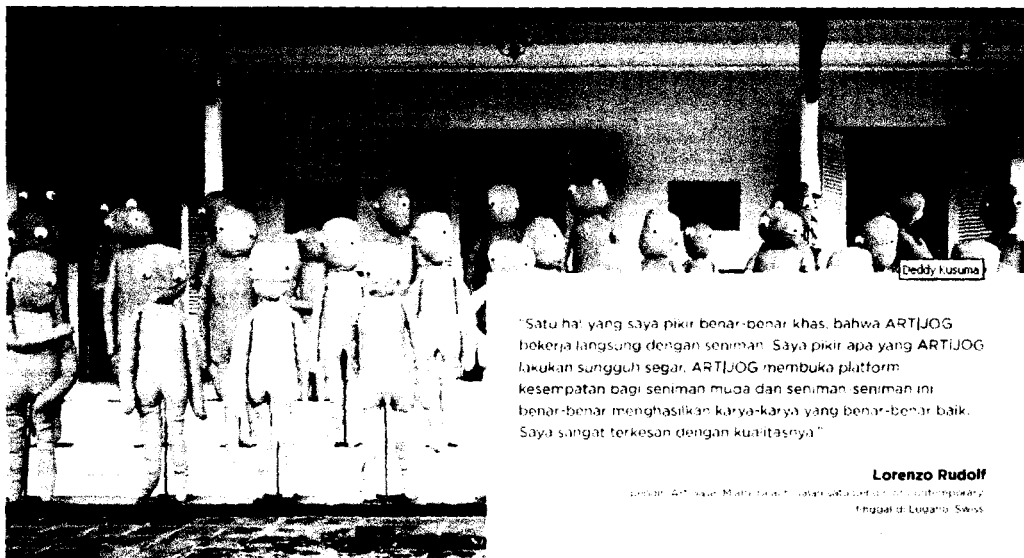
## Demografi Penduduk D.I.Yogyakarta 2012



Sumber : Data diolah dari DIY dalam Angka 2013

Sebagai potensi bangsa dan merupakan bagian dari masyarakat, pemuda yang terdidik memiliki andil besar dalam melestarikan seni sebagai bagian dari kebudayaan daerahnya. Melalui peran aktif mereka dalam mengambil bagian dalam komunitas maupun event seni, generasi pemuda inilah yang diharapkan sebagai penerus bangsa. Antusiasme pemuda terhadap seni dapat menjadi awal untuk tetap melestarikan seni dan budaya daerah ditengah banyaknya budaya asing yang masuk di Indonesia.

Turut sertanya pemuda dalam melestarikan event seni dan budaya menjadi sebuah hal yang menyegarkan bagi dunia seni dan budaya di Indonesia. Kreativitas pemuda yang tidak terbatas disertai dengan ide-ide yang masih segar membuat event seni di Indonesia menjadi lebih diakui. Melalui event seni gambaran terhadap suatu fenomena sosial dapat disampaikan lebih ringan kepada masyarakat, sehingga memberikan tambahan hiburan bagi masyarakat.



"Satu hal yang saya pikir benar-benar khas, bahwa ARTJOG bekerja langsung dengan seniman. Saya pikir apa yang ARTJOG lakukan sungguh segar. ARTJOG membuka platform kesempatan bagi seniman muda dan seniman. Seniman ini benar-benar menghasilkan karya-karya yang benar-benar baik. Saya sangat terkesan dengan kualitasnya."

**Lorenzo Rudolf**

seniman Art Space Milano, kurator pameran seni rupa kontemporer  
tinggal di Lugano, Swiss

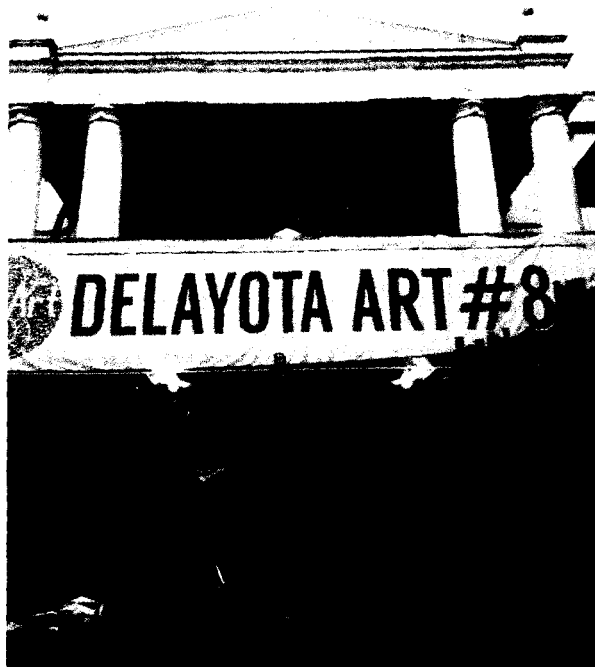
Sumber : Website ArtJog (Diakses 12 Desember 2013)

**Gambar 1.3**

### **Art Jog Sebagai Salah Satu Event Seni Di Yogyakarta**

Antusiasme dan semangat pemuda disertai dengan pendidikan formal tersebut akan membuat event seni di Indonesia lebih terjaga dan lebih berkembang, serta menambah pengetahuan dan pengalaman mereka sebagai *event organizer*





Sumber : Lampiran

**Gambar 1.4**

**Konsep Pintu Masuk Delayota Art #8**

Salah satu yang event seni di Yogyakarta dengan *event organizer* merupakan pemuda-pemudi adalah event seni Delayota Art. Event yang dibuat oleh SMA N 8 Yogyakarta dimulai pada tahun 2006 ini menjadi wadah utama kreativitas bagi siswa-siswi SMA N 8 Yogyakarta. Selain itu dibuatnya event seni Delayota Art #8 juga menunjukkan bahwa sekolah terutama pemuda-pemudi di SMA N 8 Yogyakarta ikut aktif dalam menjaga seni dan budaya di kota Yogyakarta. Penyelenggaraan event seni ini memiliki tema yang berbeda di tiap tahunnya dalam mengangkat isu yang ada dan menuangkan dalam bentuk kreativitas seni. Hal ini menunjukkan kepedulian siswa-siswi SMA N 8

Yogyakarta terhadap isu yang ada dimasyarakat dan bertujuan meningkatkan kepedulian masyarakat melalui seni dan budaya. Penyelenggaraan Delayota Art #8 tahun ini pada tanggal 5-6 Maret 2014 mengambil tema mengenai isu lingkungan dan kerusakan hutan.

Dari hal – hal tersebut maka peneliti bertujuan untuk mengetahui gambaran pengaruh atribut event terhadap niat untuk berkunjung kembali pada event seni Delayota Art #8. Pengaruh atribut event ini dimediasi oleh pengalaman keseluruhan dan kepuasan keseluruhan pengunjung dalam membentuk niat untuk berkunjung kembali. Dengan demikian penulis bermaksud akan melakukan penelitian dengan metode kuantitatif mengenai ***“Pengaruh Atribut Event terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Pengalaman Pengunjung dan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Mediasi Pada Event Seni Delayota Art #8”***

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang diuraikan diatas, maka didapat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah atribut event (*Event Attributes*) yang terdiri atas (a) *programs*, (b) *amenities*, dan (c) *entertainment*, mempengaruhi secara signifikan positif atau negatif terhadap pengalaman pengunjung (*Overall Experiences*) pada event seni di Delayota Art #8?

2. Apakah pengalaman pengunjung (*Overall Experience*) mempengaruhi secara signifikan positif atau negatif terhadap kepuasan pengunjung (*Overall Satisfaction*) pada event seni di Delayota Art #8?
3. Apakah kepuasan pengunjung (*Overall Satisfaction*) mempengaruhi secara signifikan positif atau negatif terhadap keinginan berkunjung kembali (*Revisit Intention*) pada event seni di Delayota Art #8?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui atribut event (*Event Attributes*) apa saja yang mempengaruhi secara signifikan positif atau negatif terhadap pengalaman pengunjung (*Overall Experiences*) pada event seni di Delayota Art #8.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pengunjung (*Overall Experience*) secara signifikan positif atau negatif terhadap kepuasan pengunjung (*Overall Satisfaction*) pada event seni di Delayota Art #8.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung (*Overall Satisfaction*) mempengaruhi secara signifikan positif atau negatif terhadap keinginan berkunjung kembali (*Revisit Intention*) pada event seni di Delayota Art #8.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka penulis berharap dapat memberikan manfaat :

##### 1. Manfaat bagi peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat lebih memahami mengenai penerapan teori-teori pemasaran dalam ruang lingkup sebuah event. Diharapkan peneliti mampu memahami pengaruh atribut-atribut event maupun festival terhadap niat untuk berkunjung kembali (*revisit intention*).

##### 2. Manfaat bagi pemasar

Penelitian ini diharapkan mampu memberi pandangan kepada pemasar dalam sebuah event organizer untuk membuat event dengan atribut-atribut yang lebih lengkap dan berkualitas sehingga mampu mendatangkan calon-calon konsumen potensial untuk event seni yang akan dilaksanakan mendatang dengan tetap mempertahankan konsumen saat ini serta tetap menjaga positive image pada event yang dilaksanakan.

##### 3. Manfaat bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan untuk penelitian selanjutnya yang bergerak dibidang *event management*, serta *tourism marketing*, dan memberikan gambaran mengenai ilmu pemasaran event.

## **1.5. Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I: Pendahuluan**

Dalam Pendahuluan, dijelaskan mengenai latar belakang masalah, yang kemudian dibuat rumusan masalah beserta tujuan penelitian, dan manfaat yang diharapkan dari penelitian, dan sistematika skripsi

### **BAB II: Tinjauan Pustaka**

Bab ini memuat teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dibahas, baik yang menyangkut penelitian sebelumnya, hipotesis, maupun analisis yang akan digunakan.

### **BAB III: Metodologi Penelitian**

Bab selanjutnya membahas mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, pengambilan sumber data.

### **BAB IV: Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini berfokus mengenai hasil penelitian, baik menjelaskan mengenai obyek penelitian, selanjutnya data maupun informasi yang diperoleh dianalisis, melakukan pengujian hipotesis, serta membahas hasil penelitian.

### **BAB V: Simpulan dan Saran**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai simpulan hasil penelitian dan saran yang dikemukakan untuk kedepannya berdasarkan penemuan dari penelitian.