

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan sektor yang memegang peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Pariwisata dapat menyumbang devisa besar bagi negara, dan selalu berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan pariwisata ditunjukkan dengan kontribusi dalam PDB, jumlah wisatawan mancanegara dan domestik, serta nilai penerimaan devisa. Dalam Pidato Kenegaraan di Gedung DPR MPR RI, Presiden Jokowi pernah menyatakan bahwa pariwisata mengalami peningkatan devisa pada tahun 2018 mencapai 19,29 miliar dollar AS. Jumlah devisa itu berasal dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berdasarkan Badan Pusat Statistik tahun 2018 yang ditutup dengan angka capaian 15,8 juta. Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB tahun 2018 mencapai 4,50 persen, dan pada tahun 2019 mencapai 4,80 persen (kemenparekraf.go.id). Selain meningkatkan devisa bagi negara, pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan bagi masyarakat setempat. Majunya sektor pariwisata pada suatu daerah sangat bergantung pada beberapa hal. Seperti empat komponen yang berperan penting dalam industri pariwisata yaitu *atraksi* sebagai daya tarik utama dari sebuah destinasi wisata, *aksesibilitas* sebagai hal yang berkaitan dengan segala akses wisatawan, *amenitas* sebagai fasilitas pendukung, dan *asosiasi* yang merupakan

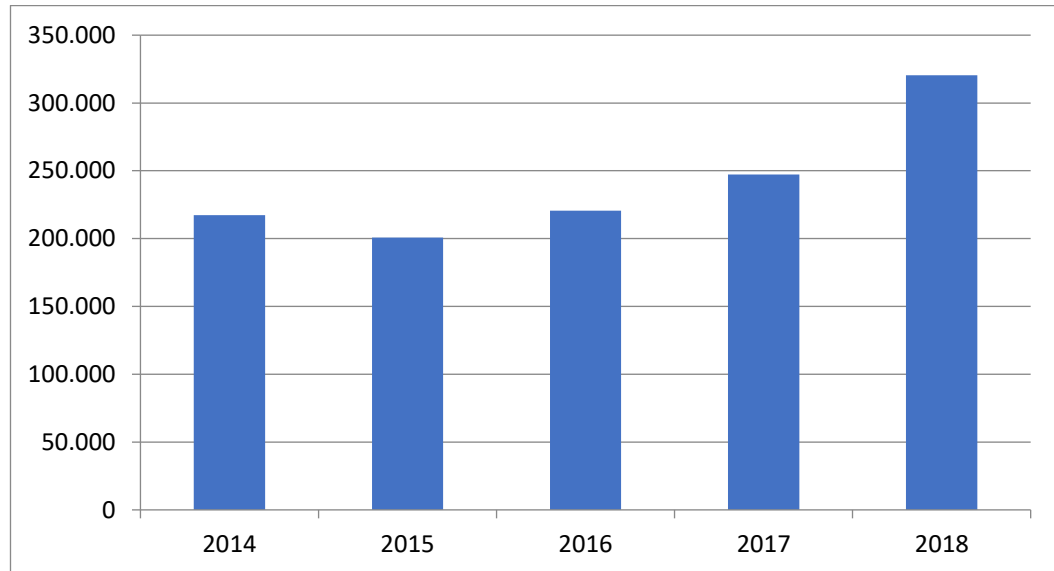
kelembagaan yang ikut serta. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri melainkan industri multi sektor, maka dampak yang ditimbulkan oleh sektor pariwisata juga multi dimensi. Oleh karena itu pariwisata merupakan sektor yang memiliki *multiplier effect*. Melalui *multiplier effect* – nya, pariwisata mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Maka dari itu pemerintah berupaya mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan melakukan peningkatan sektor pariwisata pada wilayah tertentu.

Dunia pariwisata berkembang sejalan dengan perkembangan gaya hidup yang terjadi di tengah masyarakat. Kesadaran masyarakat terhadap potensi yang ada di beberapa tempat menjadi meningkat. Hal ini juga menjadi peluang bagi industri yang bergerak di bidang pariwisata, termasuk MICE. Istilah *MICE* merupakan singkatan dari *meeting, incentive, conference, dan exhibition*. MICE kini mendapat perhatian khusus untuk lebih dikembangkan, dikarenakan MICE berdampingan dengan sektor pariwisata. Sesuai dengan UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pada pasal 14 ayat 1 disebutkan bahwa usaha pariwisata meliputi, antara lain: (h) penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran. Dengan hal tersebut MICE dianggap dapat berkontribusi mendukung perkembangan dan pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Proses ini melibatkan banyak pelaku ekonomi lainnya, sehingga dalam pelaksanaannya membutuhkan proses planning dan manajemen yang sangat matang.

Pada tahun 2019, Kementerian Pariwisata menetapkan target kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 20 juta orang. Salah satu bentuk nyata yang dilakukan untuk mencapai target tersebut ialah mengoptimalkan kegiatan MICE. Di bawah arahan Bapak Menteri Arief Yahya, Kementerian Pariwisata mempromosikan beberapa daerah dengan menerbitkan *Calendar of Event*. *Calendar of Event* ialah sebuah kalender yang menampilkan rangkuman event terbaik yang tersebar dari berbagai daerah di Indonesia. Event yang dimaksud ialah sebuah kegiatan yang diselenggarakan di suatu daerah dengan harapan membantu mempromosikan dan dapat menarik jumlah pengunjung untuk datang ke daerah tersebut. Dalam pelaksanaan usaha yang berkaitan dengan kegiatan ini terdapat organisasi / kelompok yang berkompeten dalam melaksanakan sebuah acara, pihak tersebut ialah *event organizer*.

Provinsi Jawa Timur memiliki potensi pariwisata yang besar untuk dikembangkan, baik wisata alam maupun buatan. Jawa Timur memiliki wilayah terluas di antara 6 provinsi yang ada di Pulau Jawa. Dengan luas wilayah 47.800 m<sup>2</sup>. Jawa Timur terletak di antara Laut Jawa dan Samudera Hindia dan berbatasan dengan Selat Bali di bagian Timur. Jawa Timur telah dikenal sebagai pusat dari Kawasan Timur Indonesia. Berdasarkan tabel di bawah, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Jawa Timur tahun 2018 sebesar 320.529 kunjungan. Jumlah tersebut naik sebesar 29,68 persen dari tahun sebelumnya yang mencapai 247.166 kunjungan.

Tabel 1.1  
Kunjungan Wisatawan Mancanegara Provinsi Jawa Timur 2014-2018



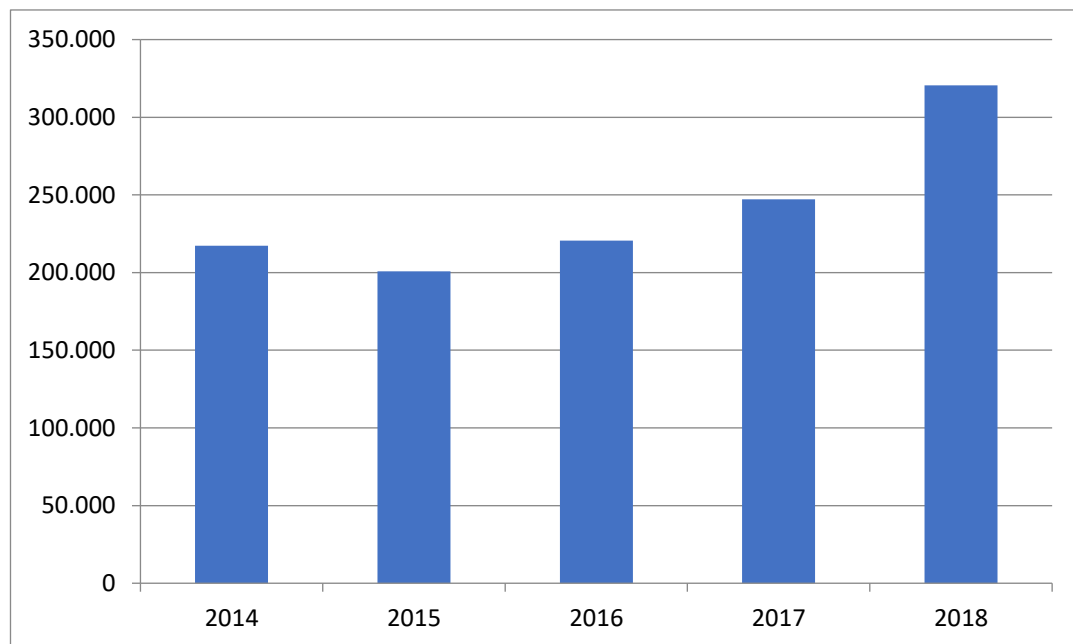
Sumber : BPS Jawa Timur

Hampir setiap kota dan kabupaten di Provinsi Jawa Timur memiliki obyek wisata unggulan seperti Jatim Park dan Museum Angkut yang ada di Kota Batu, Kawah Ijen dan Pulau Merah di Banyuwangi, Gunung Bromo yang juga terletak di 4 wilayah yaitu Malang, Pasuruan, Lumajang dan Probolinggo serta masih banyak obyek wisata lainnya. Provinsi Jawa Timur kini juga dapat disebut sebagai penghubung Indonesia timur dan barat. Dengan posisi yang strategis terletak diujung timur Pulau Jawa, Jawa Timur memiliki Kota Surabaya sebagai ibukota provinsi yang berpotensi menjadi kota besar setelah DKI Jakarta. Kota Surabaya memiliki bandar udara yang berstatus internasional, yaitu Bandara Juanda. Selain itu Surabaya juga memiliki pelabuhan Tanjung Perak. Dengan begitu, sangat mudah untuk transit transportasi menuju obyek wisata yang ada di Jawa Timur. Menurut data dari BPS Pariwisata Jawa Timur, jumlah

kunjungan wisatawan mancanegara yang melalui Bandara Juanda pada tahun 2016 – 2018 mengalami kenaikan.

Tabel 1.2

Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Jawa Timur Melalui Bandara Juanda 2014 – 2018.



Sumber : BPS Jawa Timur

Hal tersebut ingin dimanfaatkan pemerintah setempat untuk menambah kunjungan wisatawan mancanegara. Dengan bermodalkan banyak atraksi wisata di Jawa Timur, pemerintah setempat ingin mempromosikan dengan cara melibatkan event di dalamnya.

Dalam Calendar of Event yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata memuat 100 agenda wisata terbaik yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia. Dari 100 agenda tersebut, terdapat 7 agenda wisata yang diselenggarakan di Jawa Timur. Ketujuh agenda tersebut ialah :

Tabel 1.3  
Calendar of Event

Tanggal	Event	Lokasi
2 – 5 Mei 2019	Majapahit International Travel Fair	Grand City Convex, Surabaya
13 – 17 Juli 2019	Yadnya Kasada & Eksotika Bromo	Lautan Pasir Gunung Bromo
28 Juli 2019	Banyuwangi Ethno Carnival	Blambangan Park, Banyuwangi
30 Juli 2019	Jember Fashion Carnaval	Alun – Alun Jember
15 September 2019	Malang Flower Carnival	Jalan Simpang Balapan, Malang
23 September 2019	International Tour de Ijen	Banyuwangi
20 Oktober 2019	Gandrung Sewu	Boom Beach, Banyuwangi

Sumber : [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)

Dalam tabel tersebut dapat diketahui bahwa Jawa Timur memiliki salah satu event yang diselenggarakan di ibukota provinsi, yaitu Majapahit Internasional Travel Fair (MITF). MITF merupakan event pariwisata dengan konsep *exhibition* yang akan menawarkan berbagai atraksi wisata di Jawa Timur, dan *travel exchange* dimana kegiatan ini mempertemukan penjual yang menampilkan berbagai produk pariwisata kepada pembeli dalam satu tempat. Majapahit Travel Fair diadakan rutin setiap tahunnya dengan skala internasional, dan acara ini dibuat bertujuan untuk mempromosikan potensi budaya dan pariwisata yang ada di Indonesia khususnya Provinsi Jawa Timur. Pada saat sebelumnya, pameran ini lebih banyak diketahui sebagai MTF, dan pada tahun 2019 memiliki nama baru sebagai MITF. Perubahan nama ini dilakukan untuk menyesuaikan segmentasi pemerintah dalam meraih target pengunjung 20 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2019.

Mengingat MITF merupakan event yang bertaraf internasional dan juga rutin diselenggarakan tiap tahun, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur melakukan kerja sama dengan penyedia jasa event organizer. Memang pada saat ini event sedang gencar dilakukan dimana pun, dan bukan hanya dalam industri pariwisata saja. Karena event sendiri merupakan agenda dari sebuah kegiatan besar yang sering diadakan di kota – kota besar sebagai bagian dari kegiatan promosi. Perusahaan penyedia jasa event organizer pun banyak dibutuhkan untuk pelaksanaannya. PT. Debindo Mitra Tama ialah salah satu event organizer di Kota Surabaya yang berpengalaman dalam pelaksanaan pameran. Debindo Mitra Tama terpilih untuk membantu pemerintah setempat dalam mempersiapkan event MITF. Dalam persiapan acara tersebut tentu ada proses – proses perencanaan dan koordinasi yang perlu dipikirkan secara detail. Contoh proses tersebut seperti penciptaan konsep, persiapan tempat, perizinan, perlengkapan pendukung, artis atau talent, dokumentasi hingga publikasi. Tentunya masing – masing proses tersebut sangat berpengaruh dan melibatkan banyak hal. Dengan adanya hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti tentang penanganan dalam melaksanakan event Majapahit International Travel Fair yang menjadi event pariwisata terbesar di Indonesia timur.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis merumuskan masalah yang akan dipecahkan. Rumusan masalah tersebut meliputi:

1. Bagaimana penanganan event Majapahit International Travel Fair yang dilaksanakan oleh PT. Debindo Mitra Tama Surabaya ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses persiapan event Majapahit International Travel Fair Surabaya ?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian Tugas Akhir

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dituliskan, maka tugas akhir ini dibuat dengan tujuan untuk :

1. Mengetahui detail tentang penanganan yang dilakukan oleh PT. Debindo Mitra Tama Surabaya dalam *event* Majapahit International Travel Fair 2019.
2. Memahami kendala yang akan dihadapi selama proses penyelenggaraan *event* Majapahit International Travel Fair.
3. Agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dasar untuk mengambil langkah yang berhubungan dengan penanganan sebuah acara.



### **1.3.2 Manfaat Penelitian Tugas Akhir**

Adapun harapan penulis setelah melakukan penelitian ini, yaitu dapat memberikan manfaat antara lain :

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman yang positif bagi penulis mengenai persiapan dan pengemasan konsep sebuah event.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber yang memberi masukan atau informasi kepada pembaca.

c. Bagi D3 Kepariwisata

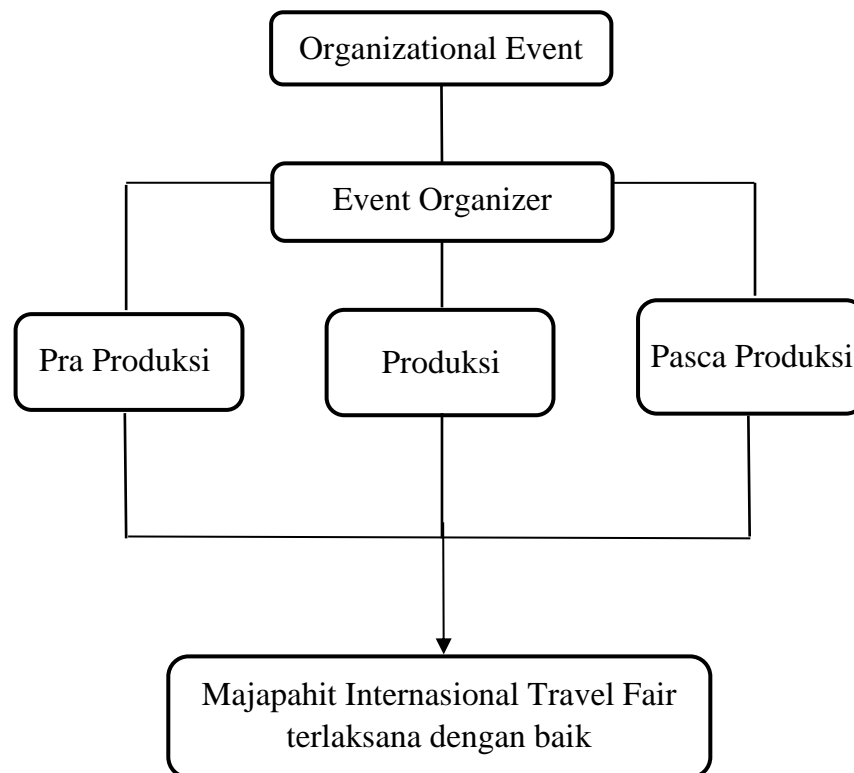
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi calon peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama di masa mendatang.

d. Bagi Obyek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan maupun evaluasi untuk pihak yang terkait di dalamnya.

#### 1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam menentukan suatu judul penelitian yang akan dibahas dan memperjelas hasil pembahasan, perlu adanya batasan – batasan dalam konsep pemikiran yang berkaitan dengan rumusan masalah yang akan diambil sebagai bahan penelitian. Konsep pemikiran tersebut disajikan dalam bentuk kerangka pemikiran yang digambarkan sebagai berikut :



### 1.4.1 *Organizational Event*

Menurut Sulaksana (2003), *event* merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens sasaran. Suatu *event* bisa diselenggarakan dengan tujuan untuk menyampaikan pesan seperti memperkenalkan sebuah produk atau membangun suatu *image* yang dibentuk oleh masyarakat. *Event* juga memiliki jenis – jenis yang berbeda.

Any Noor (2013:24), *organizational event* atau event bisnis sering dilakukan oleh perusahaan atau instansi. Ciri dari event ini adalah adanya peningkatan pendapatan pada perusahaan atau daerah. Jenis event bisnis ini dapat meliputi *meeting, incentive, conference, dan exhibition* (MICE). Menurut Any Noor (2013:24) penjabaran mengenai MICE adalah sebagai berikut :

#### a. *Meeting*

Pertemuan atau rapat merupakan kegiatan rutin perusahaan, namun dengan adanya perusahaan tingkat korporasi, kebutuhan meeting akan lebih beragam sehingga kegiatannya perlu mendapat perhatian yang lebih baik dari seorang meeting planner (organisasi atau orang yang melakukan perencanaan untuk penyelenggaraan rapat perusahaan).

#### b. *Incentive*

Unsur yang terdapat dalam perjalanan insentif adalah bisnis dan wisata. Pada perjalanan insentif, kegiatan bisnis dan pariwisata dilakukan bersama untuk mencapai tujuan perusahaan. Perjalanan

insentif sering diberikan untuk pegawai di satu perusahaan karena mereka berprestasi. Dalam perjalanan insentif, unsur wisatanya adalah perjalanan ke destinasi yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi, sementara unsur bisnisnya adalah menghadiri kegiatan seperti seminar, workshop atau konferensi.

*c. Conference*

Konferensi adalah merupakan bisnis yang mempertemukan orang secara langsung dalam jumlah yang besar untuk berdiskusi mengenai suatu masalah, kasus, negosiasi, membangun hubungan dan jaringan bisnis, meningkatkan performa baik individu ataupun perusahaan. Konferensi biasa diselenggarakan dengan nama lain, seperti summit, assembly, convention, congress, briefing, dan training. Konferensi merupakan event bisnis yang mengedepankan komunikasi dengan audience seperti konferensi pers atau product launching.

*d. Exhibition*

Merupakan event yang tumbuh dan berkembang sangat cepat. *Exhibition* biasanya menampilkan beragam jenis produk perusahaan yang dihadiri oleh banyak pengunjung untuk membeli produk. Event ini mempertemukan penyedia produk dan jasa dengan pembeli dalam satu tempat. Tujuan dari *exhibition* adalah untuk memperkenalkan produk baru perusahaan kepada masyarakat luas.

Dengan demikian dampak diselenggarakannya adalah masyarakat mengetahui produk baru perusahaan. *Exhibition* juga dibedakan menjadi beberapa jenis, menurut Any Noor (2013:23) terdiri dari :

- Pameran dagang, bertujuan untuk memperkenalkan produk - produk perdagangan pada masyarakat umum.
- Pameran dagang khusus dan eksibisi, berisi pameran produk atau jasa untuk jenis pengunjung tertentu dan dilakukan oleh *event organizer* yang sudah disewa.
- Eksibisi khusus, berupa pengenalan produk baru perusahaan. Dapat diselenggarakan di dalam atau luar perusahaan seperti *exhibition hall* atau *ballroom hotel*. Biasanya pengunjung hanya terdiri dari tamu undangan saja.

#### **1.4.2 Event Organizer**

Event organizer merupakan usaha di bidang jasa yang secara resmi ditunjuk oleh klien untuk mengorganisasi rangkaian acara, mulai dari sisi kreatif, persiapan, pelaksanaan hingga selesai, dalam rangka membantu klien menyukseskan dan mewujudkan tujuan yang diharapkannya melalui rangkaian acara (Megananda, 2009: 5)

Sedangkan menurut pakar manajemen, Rheinald Kasali, mengemukakan bahwa bisnis *Event Organizer* adalah bisnis yang menerapkan konsep manajemen secara berkesinambungan dan konsisten dalam mengeksplorasi

dunia entertainment sedalam – dalamnya. Yang dibangun dari sebuah tim yang mencatat setiap detail dari proses memilih acara, mengemas acara, memenuhi pembayaran, mengurus perizinan, meyakinkan keamanan pelaksanaan, merekam gejolak keinginan pasar, serta menyiapkan teknologi dan pemasarannya, sampai pada event report (laporan pertanggung jawaban) atau evaluasi.

Dalam penyelenggaraan sebuah event tentunya akan melibatkan banyak sekali sumber daya manusia, banyak peralatan, memerlukan waktu yang tidak sedikit serta biaya yang cukup banyak. Perlu adanya upaya pemikiran dan perancangan sebuah acara agar dicapai hasil yang efisien dan teratur. Maka sebuah event harus memiliki tahap pelaksanaan.

### **1.4.3 Pra Produksi**

Dijelaskan dalam *Standar Operation System* (Wibowo, 2009), Pra produksi dalam sebuah event merupakan proses perencanaan dan persiapan. Pada proses ini dimulai membuat tahapan – tahapan yang nantinya akan diimplementasikan. Proses pra produksi ini juga dinilai sangat penting karena merupakan tahap awal untuk mengkomunikasikan pesan dan informasi kepada pihak – pihak yang berkepentingan.

#### **a. Penemuan Ide**

Berbicara mengenai penyusunan konsep acara, tema acara, sumber daya manusia, melakukan meeting dengan pihak terkait. Penemuan ide

merupakan tahap awal yang penting. Ide yang dibuat harus kritis dan sesuai dengan kondisi yang ada.

b. Perencanaan

Merupakan tahap penyusunan *time schedule*, membuat proposal, anggaran, estimasi biaya untuk kebutuhan acara.

c. Persiapan

Merupakan tahapan pemberesan kontrak, perijinan, surat menyurat dengan pihak yang terkait acara.

#### **1.4.4 Produksi**

Tahap produksi adalah saat semua tim bekerja di lapangan mempersiapkan event, sampai event selesai digelar (Luturlean, 2019). Dalam tahap ini kinerja sebuah *event organizer* akan dilihat dan dinilai oleh banyak pihak. Membutuhkan koordinasi tim yang bagus, yang telah memahami hal yang sudah disiapkan dari tahap pra produksi untuk dieksekusi ke tahap produksi.

Setelah semua informasi tentang penyelenggaraan didapatkan maka tahap selanjutnya adalah menuangkan rencana kedalam perencanaan yang lebih detail dan dilakukan oleh pihak yang lebih kompeten dibidangnya. Pada penyelenggaraan acara biasanya terdapat tiga divisi pokok yaitu divisi operasional, pemasaran dan keuangan (Any Noor, 2009). Jika dalam tahap pra produksi semua tahap sudah jelas dan terkonsep, maka dalam tahap produksi akan berjalan lancar. Namun seringkali apa yang direncanakan dalam pra

produksi berbeda dengan apa yang dihadapi. Maka itu dibutuhkan sumber daya manusia yang ahli dalam satu bidang khusus, sehingga bisa melakukan improvisasi dan koordinasi yang lebih baik. Seperti menurut Hasibuan (2009), fungsi manajemen sumber daya manusia yang sering digunakan oleh banyak perusahaan atau organisasi ada 11 fungsi yakni meliputi fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pengarahan, fungsi pengendalian, fungsi pengadaan, fungsi pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, fungsi pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian.

#### **1.4.5 Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi adalah tahapan di mana *event organizer* mempertanggungjawabkan pekerjaannya secara tertulis. Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab event organizer dilaporkan pada pemberi kerja disertai evaluasi dan dilengkapi dengan dokumentasi (Luturlean, 2019). Pada tahapan ini biasanya dilakukan proses penilaian dan pengukuran atas pelaksanaan event untuk perbaikan pada pelaksanaan event serupa di saat yang akan datang.

Mengingat *event* Majapahit International Travel Fair merupakan acara rutin setiap tahun, maka proses evaluasi tersebut juga bertujuan sebagai pengendalian *event organizer* pada acara yang akan diselenggarakan di tahun berikutnya. Pengendalian tersebut sesuai menurut Evelina (2005) yang berarti



membandingkan perencanaan dengan realisasi. Lalu mengambil keputusan koreksi atau realisasi yang tidak sesuai dengan perencanaan.

### **1.5 Metode Penelitian**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki. Pada penulisan tugas akhir ini, metode penelitian dilakukan secara deskriptif kualitatif. Seperti yang diungkapkan Bogdan dan Taylor (Moleong: 2014) metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati.

Peneliti memilih metode deskriptif kualitatif karena penelitian yang dilakukan berkaitan dengan peristiwa – peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Tujuan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta – fakta tertentu. Fakta tertentu tersebut ialah tentang proses penanganan acara yang dilakukan oleh PT. Debindo Mitra Tama dalam menyelenggarakan event Majapahit International Travel Fair.

#### **1.5.1 Batasan Konsep**

Konsep adalah istilah yang digunakan untuk membatasi kejadian, kelompok atau individu yang akan diteliti. Berkaitan dengan kepentingan penulis dalam melakukan pengumpulan data, maka penentuan batasan pokok

masalah sangat diperlukan guna untuk mempermudah dan memperjelas penelitian. Maka dari itu penulis akan membatasi konsep yang akan digunakan, antara lain :

a. Event Pariwisata

Menurut Any Noor (2013: 8), *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. Sebuah kegiatan yang memiliki unsur pariwisata di dalamnya dan dapat mempromosikan pariwisata di suatu daerah. Yang menjadi fokus penelitian ialah event pariwisata Jawa Timur yang rutin diselenggarakan setiap tahunnya. Event tersebut bernama Majapahit International Travel Fair.

b. Event Organizer

Event organizer merupakan suatu kelompok orang dimana terdiri dari tim pekerja, tim produksi, tim manajemen dan penyelenggara atau melaksanakan tugas operasional suatu program acara (dikutip dari [geomediatic.net](http://geomediatic.net)). Ada kerjasama yang terjalin antara pemerintah sebagai penyelenggara acara dengan event organizer yang akan membantu dalam pelaksanaan acara tersebut. Yang menjadi fokus penelitian ialah peranan

PT. Debindo Mitra Tama sebagai event organizer untuk mempersiapkan acara Majapahit International Travel Fair.

c. Penanganan Acara

Sebuah acara dapat dikatakan sukses bila berjalan dengan lancar dan adanya persiapan yang matang di dalamnya. Untuk mewujudkannya perlu ada proses pemikiran dan perancangan yang efisien dan teratur. Yang menjadi fokus penelitian ialah proses penanganan oleh PT. Debindo Mitra Tama di balik event megah bertaraf internasional tersebut. Penanganan ialah cara atau metode yang dilakukan untuk menjadikan sesuatu menjadi mempunyai nilai lebih baik. (*Getz, 1997*)

### **1.5.2 Teknik Penentuan Lokasi**

Penelitian ini akan dilakukan di kantor PT. Debindo Mitra Tama yang terletak di Jalan Kalibokor Selatan Surabaya. Penentuan lokasi tersebut diambil atas dasar pertimbangan sebagai berikut :

1. PT. Debindo Mitra Tama ialah event organizer yang bekerja sama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur dalam melaksanakan acara tersebut.
2. Penulis dapat mengamati secara langsung sehingga memudahkan dalam penelitian obyek yang diteliti, agar memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan dalam tugas akhir.

### **1.5.3 Teknik Pemilihan Informan**

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong 2014:132). Dalam memilih informan, peneliti harus paham syarat – syarat tertentu. Sebagai informan harus jujur, patuh pada peraturan, tidak termasuk dalam kelompok yang bertentangan dengan latar penelitian, dan mempunyai pandangan tertentu dalam suatu hal.

### **1.5.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam mendukung hasil tugas akhir ialah menggunakan metode seperti berikut :

a. Observasi

Metode Observasi adalah suatu usaha untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan tahap – tahap kegiatan yang berstandar (Arikunto, 2002:197). Dalam melakukan observasi harus memperhatikan dengan teliti objek yang akan diteliti. Jenis observasi yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu jenis observasi partisipasi. Observasi partisipasi digunakan untuk penelitian yang bersifat eksploratif dan peneliti juga terlibat dalam pengambilan data.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara

(*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2014:186). Peneliti akan melakukan wawancara sesuai dengan perumusan masalah, sehingga jawaban pertanyaan wawancara dapat menjawab perumusan masalah yang telah ditetapkan.

c. Penggunaan Bahan Dokumen

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai jenis dokumen sebagai sumber, antara lain seperti buku – buku literature, jurnal penelitian, sumber elektronik, catatan wawancara, hingga dokumentasi yang diambil dalam penyelenggaraan event Majapahit Travel Fair.

### **1.5.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah – milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola mensintesis data, mencari dan menemukan pola – pola yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong 2010:248).

Peneliti menggunakan analisis kualitatif. Dalam hal ini sekadar membaca tabel – tabel, grafik, atau angka – angka yang tersedia. Kemudian melakukan uraian penafsiran. Adapun dalam melakukan analisis data, data yang digunakan dapat berasal dari wawancara dan pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan.

