

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

*Event* merupakan suatu penyelenggaraan acara atau kegiatan khusus yang menunjukkan, menampilkan, dan merayakan untuk memperingati hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan mengkomunikasikan pesan-pesan kepada pengunjung. Kegiatan ini dapat menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian media massa dan publik terhadap suatu perusahaan.

Salapak Microshop merupakan *showroom* / toko yang mewadahi para pelaku UMKM Kota Bandung untuk mempromosikan dan menjual produk UMKM. Tidak hanya menjual produk kepada masyarakat, Salapak Microshop melayani jasa konsultasi bisnis, pelatihan, pendampingan dan *co working space*.<sup>1</sup> Salapak Microshop merupakan program dari Pemerintah Kota Bandung, dibawah binaan Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung sebagai layanan sarana pemasaran produk UMKM. Salapak Microshop berada di lokasi yang strategis di Kota Bandung yaitu di Jl. Ir. H. Djuanda No. 10 A, Kota Bandung. Hadirnya Salapak Microshop bertujuan untuk menyediakan ruang atau wadah bagi para pelaku UMKM Kota Bandung untuk mengembangkan produk lokal dan untuk menghidupkan kembali perekonomian di Kota Bandung.

Kemandirian dan kemajuan Salapak Microshop tidak hanya didukung oleh Pemerintah Kota Bandung, akan tetapi harus terus berkembang dari peningkatan partisipasi pelaku UMKM dan masyarakat, maka dari itu pola pengelolaannya harus profesional. Sejauh ini Salapak Microshop menerapkan bauran komunikasi pemasaran sebagai sarana menarik konsumen serta untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas konsumen, seperti menyelenggarakan *event weekend*

---

<sup>1</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Ketua Pengelola Salapak Microshop Pada Tanggal 7 April 2022 Pukul 15.00 WIB

*market* yang dapat membangun sebuah hubungan erat lebih akrab antara karyawan dengan para pembeli.<sup>2</sup>

Menyelenggarakan sebuah *event* merupakan kebutuhan yang tidak dapat dipungkiri bagi setiap instansi. Kegiatan *event* sangat beragam, tergantung kebutuhan dan trend yang berada di masyarakat. *Event* bisa dilihat dari berdasarkan jenisnya. Jenis-jenis *event* diantaranya terdapat *event* olahraga, *event* peluncuran produk baru, *event* pameran, *event gathering* atau lainnya. Kegiatan *event* tersebut bertujuan untuk menciptakan citra positif instansi dimata publik.

Pada saat ini keadaan dunia khususnya Indonesia, sedang digemparkan adanya suatu virus covid-19 baru yang diberi nama virus Omicron.<sup>3</sup> Dari adanya konfirmasi positif virus covid-19 dapat menular dari manusia ke manusia, berkaitan dengan adanya aktivitas komunikasi membuat laju penularan bergerak cepat. Bahkan, hingga saat ini, penyebaran virus covid-19 masih terus berlanjut.



**Gambar 1.1**  
**Data covid-19 Tahun 2022**  
Sumber: covid19.bandung.go.id, 2022

Berdasarkan data dari covid19.bandung.go.id diketahui bahwa pada tanggal 12 Agustus 2022 jumlah total kasus terkonfirmasi positif sebanyak 91.001. Per hari ini jumlah kasus terkonfirmasi positif sebanyak 995 dan mengalami penurunan kasus sebanyak 231. Dari adanya jumlah kasus positif yang meningkat, jumlah kasus sembuh pun menyentuh angka 88.525, dengan jumlah kasus meninggal

<sup>2</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Bagian *Marketing* Salapak Microshop Pada Tanggal 16 Juni 2022 Pukul 14.00 WIB.

<sup>3</sup> CNBC Indonesia. 2022. Melalui <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220611105054-33-346197/waspada-varian-baru-covid-sudah-masuk-ri-kenali-gejalanya> diakses pada tanggal 12 Agustus 2022 pukul 11.35 WIB.

sebanyak 1.481.<sup>4</sup> Data ini menunjukkan bahwa penyebaran covid-19 di Indonesia khususnya di Kota Bandung saat ini sudah semakin meningkat, dengan jumlah kasus terpapar covid-19 semakin bertambah dari hari ke hari.

Semenjak adanya covid-19 yang mewabah diseluruh negara termasuk Indonesia, salah satu yang paling terdampak yaitu para pelaku UMKM. Berdasarkan catatan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung, pada tahun 2021 UMKM di Kota Bandung mengalami perkembangan sebesar 3.8% dalam kurun waktu enam tahun terakhir.<sup>5</sup> Melalui jabarekspres.com berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung diketahui bahwa presentase jumlah usaha mikro pada tahun 2021 sebanyak 111.627 atau 75% dari jumlah keseluruhan kelompok UMKM yang beroperasi di Kota Bandung sebanyak 147.073. Adapun jumlah UMKM binaan yang terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung yakni sebanyak 6.409.<sup>6</sup>

ID	Provinsi	Kode Wilayah	Nama Kabupaten/Kota	Kategori Usaha	Jumlah Usaha	Unit	Tahun
10	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	BATIK	1081	UNIT	2021
10	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	BORDER	154	UNIT	2021
22	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	CRAFT	38605	UNIT	2021
22	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	FASHION	37879	UNIT	2021
32	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	KONVEKSI	29209	UNIT	2021
32	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	KULINER	165188	UNIT	2021
32	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	MAKANAN	121100	UNIT	2021
32	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	MINUMAN	22546	UNIT	2021
22	JAWA BARAT	3275	KOTA BANDUNG	JASAJARAN	52803	UNIT	2021

**Gambar 1.2**  
**Jumlah UMKM Kategori Usaha di Kota Bandung Tahun 2021**  
 Sumber: opendata.jabarprov.go.id, 2022

Melalui opendata.jabarprov.go.id berdasarkan data jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kategori usaha di Kota Bandung pada tahun 2021 diketahui bahwa urutan pertama yang memiliki jenis usaha batik sebanyak 1081. Urutan kedua yang memiliki jenis usaha border sebanyak 154. Urutan ketiga yang memiliki jenis usaha *craft* sebanyak 38605. Urutan keempat yang memiliki jenis

<sup>4</sup> Covid19 Bandung. 2022. Melalui <https://covid19.bandung.go.id/detail-kasus> diakses pada tanggal 12 Agustus 2022 pukul 11.40 WIB.

<sup>5</sup> Jabar Ekspres. 2021. Melalui <https://jabarekspres.com/berita/2021/03/24/capai-38-persen-laju-pertumbuhan-umkm-di-kota-bandung/?amp> diakses pada tanggal 23 Maret 2022 pukul 10.45 WIB.

<sup>6</sup> Jabar Ekspres. 2021. Melalui <https://jabarekspres.com/berita/2021/03/24/capai-38-persen-laju-pertumbuhan-umkm-di-kota-bandung/?amp> diakses pada tanggal 23 Maret 2022 pukul 10.43 WIB.

usaha *fashion* sebanyak 37679. Urutan kelima yang memiliki jenis usaha konveksi sebanyak 23009. Urutan keenam yang memiliki jenis usaha kuliner sebanyak 166158. Urutan ketujuh yang memiliki jenis usaha makanan sebanyak 121530. Urutan kedelapan yang memiliki jenis usaha minuman sebanyak 22546. Urutan kesembilan yang memiliki jenis usaha jasa/lainnya sebanyak 52503.<sup>7</sup>

Saat ini sudah lebih dari 90 pelaku usaha UMKM binaan Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung yang telah bergabung di Salapak Microshop diantaranya terdapat *brand* Sampurasun, Tanpa Batas, Mavie, Twinstyle, Inov *Collection*, SiDaun, *Banana Chips*, Rizmah, Wondrouss, Joli, Muchy, Basreng Randa, dan lain-lain.<sup>8</sup> Salapak Microshop menyediakan berbagai macam produk kebutuhan masyarakat mulai dari *fashion*, *craft*, hingga kuliner.<sup>9</sup>

Akan tetapi, dengan adanya virus Covid-19 sejumlah produk unggulan Kota Bandung mengalami dampak negatif untuk perekonomian, seperti penurunan konsumsi, penurunan daya beli masyarakat, dan penurunan kinerja perusahaan, sehingga menjadi ancaman bagi pelaku UMKM. Melalui *jabarekspres.com* menurut Nuri Nuraeni "Urutan pertama yang paling banyak mengalami penurunan yakni pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan presentase sebesar 97%. Urutan kedua yang mengalami penurunan yakni pelaku usaha yang bergerak di bidang *craft* dengan presentase sebesar 84%. Urutan ketiga yang mengalami penurunan yakni pelaku usaha yang bergerak di bidang *fashion* dengan presentase sebesar 79%. Urutan keempat yang mengalami penurunan yakni pelaku usaha yang bergerak di bidang jasa dan perdagangan lainnya dengan presentase sebesar 73%."<sup>10</sup>

Dampak dari kasus positif Covid-19 yang semakin meningkat, terutama dalam sektor perekonomian menyebabkan Pemerintah memberlakukan kebijakan

<sup>7</sup> Open Data Jabar. 2022. Melalui <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-dan-kategori-usaha-di-jawa-barat> diakses pada tanggal 12 Agustus 2022 pukul 12.00 WIB.

<sup>8</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Ketua Pengelola Salapak Microshop Pada Tanggal 7 April 2022 Pukul 15.00 WIB.

<sup>9</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Bagian *Marketing* Salapak Microshop Pada Tanggal 16 Juni 2022 Pukul 14.00 WIB.

<sup>10</sup> Jabar Ekspres. 2021. Melalui <https://jabarekspres.com/berita/2021/03/24/capai-38-persen-laju-pertumbuhan-umkm-di-kota-bandung/?amp> diakses pada tanggal 23 Maret 2022 pukul 10.47 WIB.

baru yaitu pelonggaran Perberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 1.<sup>11</sup> Adanya kebijakan Pemerintah diharapkan mampu mengembalikan aktivitas bisnis termasuk UMKM, sehingga cepat atau lambat roda perekonomian dapat digerakkan kembali. Namun dalam proses *new normal* masyarakat diharapkan mampu beraktifitas kembali di luar rumah dengan mengikuti arahan Pemerintah terkait dengan pandemi covid-19, hal ini juga berlaku bagi pelaku UMKM sehingga dapat menjalankan kembali usahanya yang tentunya dengan strategi baru yang tepat dengan mengikuti kebijakan Pemerintah. *New normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal dengan menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19.<sup>12</sup>

Setiap instansi harus berani bersaing dengan menciptakan inovasi baru dan kreatifitas, akan tetapi disamping itu mereka juga harus menjaga kearifan lokal dan budaya daerah masing-masing untuk mempertahankan keunikan yang khas dari instansi tersebut. Di samping itu untuk meningkatkan pemasaran produk lebih diutamakan bagi para pelaku UMKM untuk mengurangi dampak dari pandemi ini. Sama hal nya dengan Salapak Microshop, harus menyiapkan berbagai strategi demi menjaga keberlangsungan UMKM selama masa *new normal* covid-19.

Dalam rangka pemulihan ekonomi di Kota Bandung di situasi *new normal* covid-19, Salapak Microshop sedang menyelenggarakan *event* dan pelatihan (*workshop*). *Event* yang sedang dilaksanakan oleh Salapak Microshop yaitu *event weekend market*.

---

<sup>11</sup> PRFM News. 2022. Melalui <https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-134927264/ppkm-jawa-bali-diperpanjang-5-daerah-di-jabar-kembali-ke-level-2-kota-bandung-masuk?page=2> diakses pada tanggal 12 Agustus 2022 pukul 12.30 WIB.

<sup>12</sup> Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2020. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-sidempuan/baca-artikel/13169/New-Normal-di-Tengah-Pandemi-Covid-19.html> diakses pada tanggal 12 Agustus 2022 pukul 12.45 WIB.



**Gambar 1.3**  
**Situasi *Event Weekend Market***  
 Sumber: Arsip Salapak Microshop

*Event Weekend Market* merupakan kegiatan *event* rutin yang diselenggarakan pada setiap hari Sabtu dan Minggu dengan tema mempromosikan produk unggulan UMKM Kota Bandung memiliki konsep yang berbeda dengan event yang akan diselenggarakan selanjutnya. Dalam *event Weekend Market* terdapat beberapa kegiatan seperti bazar produk UMKM khususnya makanan basah dan produk lokal Kota Bandung, pelatihan, musik akustik, pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) secara gratis untuk masyarakat Kota Bandung.<sup>13</sup>

Tujuan diselenggarakan *Event Weekend Market*, untuk memasarkan produk pelaku UMKM khususnya makanan basah dikarenakan selama masa pandemi covid-19 mengalami dampak negatif seperti pesanan menurun sehingga pihak Salapak Microshop ingin membantu dan memberi semangat para pelaku UMKM khususnya makanan basah dengan menyelenggarakan *Event Weekend Market*.<sup>14</sup> Tidak hanya itu, tujuan diselenggarakan *Event Weekend Market* yaitu mengadakan pelatihan untuk pelaku UMKM dan menyediakan layanan jasa pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) secara gratis untuk masyarakat Kota Bandung.<sup>15</sup> Hal ini sengaja disediakan agar pengunjung yang ingin membuka usaha, sudah mempunyai NIB dan PIRT sebagai surat izin

<sup>13</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Bagian *Marketing* Salapak Microshop Pada Tanggal 16 Juni 2022 Pukul 14.00 WIB

<sup>14</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Bagian *Marketing* Salapak Microshop Pada Tanggal 16 Juni 2022 Pukul 14.00 WIB

<sup>15</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Bagian *Marketing* Salapak Microshop Pada Tanggal 16 Juni 2022 Pukul 14.00 WIB

usaha. Adanya NIB dan PIRT memudahkan untuk para pelaku UMKM untuk mendapatkan perizinan dalam menjalankan bisnis tersebut. *Event Weekend Market* dilaksanakan di halaman Salapak Microshop sampai dengan di aula Salapak Microshop Kota Bandung.<sup>16</sup>



**Gambar 1.4**  
**Kegiatan *Cooking Class* di *Event Weekend Market***  
Sumber: Arsip Salapak Microshop

Pada *event* ini Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung melalui Salapak Microshop menggelar *event weekend market* memiliki dampak positif bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan pengunjung. Dampak positif bagi pelaku usaha UMKM, setelah mengikuti *event* tersebut terdapat beberapa keuntungan, diantaranya menambah ilmu dan mengetahui cara mengembangkan usahanya, dibuatkan NIB dan PIRT sebagai surat izin usaha, serta menambah pelanggan dan menambah penghasilan. Sedangkan dampak positif bagi pengunjung, yaitu diantaranya menambah ilmu dan pengalaman mengenai bisnis serta mendapatkan hiburan setelah mengikuti *event* tersebut.

Jika dibandingkan dengan layanan sarana UMKM lainnya yang dikelola oleh Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Madiun seperti Galeri UMKM Kota Madiun.<sup>17</sup> Dalam rangka pemulihan ekonomi di Kota Madiun, saat ini Galeri UMKM Kota Madiun sedang menyelenggarakan *event* untuk para tenant binaan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota

<sup>16</sup> Hasil Wawancara Peneliti dengan Bagian *Marketing* Salapak Microshop Pada Tanggal 16 Juni 2022 Pukul 14.00 WIB

<sup>17</sup> Antara Jatim. 2022. <https://jatim.antaranews.com/berita/605177/pemkot-madiun-fasilitasi-pameran-produk-umkm-di-mal> diakses pada tanggal 16 Agustus 2022 pukul 12.50 WIB.

Madiun. Para tenant binaan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Madiun diizinkan untuk mengikuti *event* pameran produk UMKM di berbagai acara yang berada di Kota Madiun seperti “UMKM SALE 2022”, “KANGEN MADIUN EXPO”, dan “HOLIDAY UMKM EXPO 2022”. *Event* tersebut diselenggarakan di Hotel Aston Kota Madiun. Kegiatan dalam *event* ini yaitu pameran produk UMKM.<sup>18</sup>

*Event weekend market* termasuk ke dalam bentuk *special event*. *Special event* atau dalam bahasa Indonesia disebut ajang khusus, merupakan suatu penyelenggaraan acara atau kegiatan khusus yang lain dari pada acara atau kegiatan biasa. Kegiatan ini dapat menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian media massa dan publik terhadap suatu perusahaan atau produk tertentu (Pudjiastuti, 2013:1). Sedangkan menurut Goldblatt menjelaskan bahwa “*Special event* mendefinisikan ajang khusus sebagai situasi istimewa yang dirayakan dengan rangkaian upacara (perayaan) dan ritual untuk mendapatkan kepuasan dari suatu kebutuhan tertentu (Goldblatt dalam Pujiastuti, 2013:1).”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berfokus pada spesifikasi kasus dalam suatu kejadian baik itu yang mencangkup individu, kelompok budaya, ataupun suatu potret kehidupan. “Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaannya suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, dan bila fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2015:1).”

Peneliti menggunakan studi kasus karena tepat untuk menggambarkan proses berjalannya *event weekend market* yang diselenggarakan oleh Salapak Microshop dalam situasi *new normal* covid-19 sebagai suatu upaya untuk mengembangkan dan memasarkan produk UMKM Kota Bandung sehingga dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi yang mengikuti *event* tersebut.

---

<sup>18</sup> UMKM Madiun Kota. 2022. <https://www.instagram.com/p/CeYw6-vpMe4/> diakses pada tanggal 16 Agustus 2022 pukul 12.52 WIB.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep *special event* dari Goldblatt. Menurut Goldblatt, terdapat lima tahap yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan suatu *event* yang efektif, yaitu diantaranya: penelitian, desain, perencanaan, koordinasi dan evaluasi (Goldblatt dalam Pujiastuti, 2013:13).

Setiap instansi atau perusahaan sudah menyiapkan berbagai macam strategi pemasaran, memiliki susunan rangkaian kegiatan *event* yang telah disiapkan untuk mencapai tujuan kebutuhan perusahaan. Keberhasilan suksesnya perusahaan atau instansi dalam menjalankan *event* tidak terlepas dari peran strategi komunikasi pemasaran. Besar kecilnya pengaruh komunikasi dalam menjalankan *event marketing* bergantung bagaimana sebuah pesan diekspresikan, dan juga kandungan dari pesan itu sendiri. Jika komunikasi tidak efektif, komunikasi itu bisa berarti pesan yang disampaikan tidak diterima dengan baik, atau dalam penyampaian pesannya kurang baik sehingga tidak dapat tersampaikan.

Salah satu instansi yang menerapkan strategi *event marketing* dengan melaksanakan *special event* di situasi *new normal* covid-19 adalah Salapak Microshop yang bertujuan sebagai sarana komunikasi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan Salapak Microshop kepada masyarakat. Kegiatan *event weekend market* dan *mini workshop series* dapat meningkatkan citra positif bagi instansi, dimana Salapak Microshop dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat Kota Bandung, dan dapat bekerjasama dengan para pelaku UMKM dalam memulihkan perekonomian di Kota Bandung.

Kaitan penelitian mengenai strategi *event Weekend Market* yang diselenggarakan oleh Salapak Microshop adalah untuk mengetahui bagaimana jalannya sebuah *event* disituasi *new normal* saat ini. Serta dengan menggunakan *special event* yang telah dipaparkan lebih dulu diatas yaitu untuk melengkapi langkah dalam melakukan pemasaran pada situasi *new normal* covid-19 dengan aman.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai “Strategi *event weekend market* dalam situasi *new normal covid-19* oleh Salapak Microshop”.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Penelitian ini terdapat fokus dan pertanyaan penelitian yang akan dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang sebelumnya, maka fokus masalah ini yaitu “Bagaimana strategi *event Weekend Market* dalam situasi *new normal covid-19* oleh Salapak Microshop?”

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Mengacu pada konten dan fokus penelitian di atas maka pertanyaan penelitian yang disampaikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik *event Weekend Market* dalam situasi *new normal covid-19* oleh Salapak Microshop?
2. Bagaimana tahapan penyelenggaraan *event Weekend Market* dalam situasi *new normal covid-19* oleh Salapak Microshop?
3. Mengapa Salapak Microshop menyelenggarakan *event Weekend Market* di situasi *new normal covid-19*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan acuan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik *event Weekend Market* dalam situasi *new normal covid-19* oleh Salapak Microshop.
2. Untuk mengetahui tahapan penyelenggaraan *event Weekend Market* dalam situasi *new normal covid-19* oleh Salapak Microshop.
3. Untuk mengetahui alasan Salapak Microshop menyelenggarakan *event Weekend Market* di situasi *new normal covid-19*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak terkait, baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan rujukan ataupun referensi mengenai perkembangan dan penerapan ilmu komunikasi khususnya mengenai manajemen *event*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara manfaat bagi beberapa kalangan, yaitu:

#### **1. Bagi Peneliti**

Peneliti ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai ilmu komunikasi sebagai aplikasi teori khususnya di bidang ilmu komunikasi mengenai *special event*.

#### **2. Bagi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumbangan informasi bagi literasi sumber rujukan penelitian dibidang kajian ilmu komunikasi selanjutnya mengenai *special event*.

#### **3. Bagi Salapak Microshop**

Penelitian yang dilakukan peneliti diharapkan dapat bermanfaat bagi Salapak Microshop sebagai evaluasi penerapan manajemen *event*.