

**PELAKSANAAN KEGIATAN *SPECIAL EVENT* RAMADHAN SHANGHAI KAREEM
CARAKA BOEMI PRODUCTION DI OLD SHANGHAI JAKARTA UTARA
Tiara Yunanda Putri, Ario Pamungkas**

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul
Email: tiarayunanda.p@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pelaksanaan kegiatan *Special Event* Ramadhan Shanghai Kareem yang diselenggarakan di Old Shanghai sebagai bagian dari strategi promosi dan upaya mendatangkan pengunjung. Kegiatan ini bertujuan untuk merayakan bulan Ramadhan, memperkenalkan kekayaan budaya Islam, serta menarik minat wisatawan domestik maupun internasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi langsung dan wawancara kepada penyelenggara event dan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep acara yang menggabungkan elemen budaya, kuliner, hiburan, dan kegiatan sosial dapat menciptakan pengalaman unik bagi pengunjung, meningkatkan daya tarik destinasi, serta memperkenalkan nilai-nilai budaya dan agama dalam konteks yang lebih inklusif. Selain itu, strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial, kolaborasi dengan influencer, serta kerja sama dengan berbagai pihak terkait turut memperkuat jangkauan pasar dan keberhasilan acara tersebut. Kesimpulannya, *Special Event* Ramadhan Shanghai Kareem di Old Shanghai telah berhasil menjadi platform efektif untuk mempromosikan destinasi wisata dan mendatangkan pengunjung, dengan memperhatikan aspek keberagaman budaya dan kebutuhan pasar yang dinamis.

Kata kunci: *Special Event*, Ramadhan, Shanghai Kareem, Promosi, Pengunjung, Old Shanghai.

Abstract

This study examines the implementation of the *Special Event Ramadhan Shanghai Kareem* held at Old Shanghai as part of a promotional strategy and an effort to attract visitors. The event aims to celebrate the month of Ramadhan, introduce the richness of Islamic culture, and attract both domestic and international tourists. The research uses a qualitative descriptive approach with direct observation and interviews with event organizers and visitors. The results indicate that the event's concept, which combines cultural, culinary, entertainment, and social elements, creates a unique experience for visitors, enhances the destination's appeal, and introduces cultural and religious values in a more inclusive context. Additionally, the promotional strategies implemented through social media, collaborations with influencers, and partnerships with various stakeholders strengthened the event's market reach and success. In conclusion, the *Ramadhan Shanghai Kareem* *Special Event* at Old Shanghai has proven to be an effective platform for promoting the tourism destination and attracting visitors, while considering the diversity of cultures and the dynamic needs of the market.

Keywords: *Special Event*, Ramadhan, Shanghai Kareem, Promotion, Visitors, Old Shanghai

PENDAHULUAN

Ramadhan adalah bulan suci yang tidak hanya dirayakan oleh umat Muslim dengan berbagai kegiatan ibadah, tetapi juga menjadi momen penting bagi berbagai sektor, termasuk industri hiburan dan pariwisata. Di Indonesia, bulan Ramadhan sering dimanfaatkan untuk mengadakan berbagai acara khusus yang dapat menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi, beribadah, dan bersosialisasi. Salah satu bentuk kegiatan yang populer adalah penyelenggaraan special event yang menggabungkan aspek budaya, hiburan, dan kegiatan sosial.

Salah satu contoh kegiatan yang diadakan untuk memeriahkan bulan Ramadhan adalah acara Ramadhan Shanghai Kareem yang diselenggarakan oleh Caraka Boemi Production di Old Shanghai, Jakarta Utara. Acara ini dirancang untuk memberikan pengalaman unik selama bulan Ramadhan, mengundang masyarakat untuk berkumpul, berbuka puasa bersama, dan menikmati berbagai kegiatan yang dikemas dalam suasana yang berbeda dari acara Ramadhan pada umumnya.

Caraka Boemi Production, sebagai event organizer, bekerja sama dengan Old Shanghai, sebuah pusat kuliner dan hiburan yang terletak di Jakarta Utara, untuk menyediakan tempat yang mendukung terciptanya suasana yang nyaman dan menarik bagi pengunjung selama bulan Ramadhan. Kolaborasi ini bertujuan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan kegiatan Ramadhan yang khas, tetapi juga untuk memberikan daya tarik bagi pengunjung yang ingin menikmati suasana berbeda di Old Shanghai, sekaligus meningkatkan penjualan tenant yang ada di lokasi tersebut.

Acara Ramadhan Shanghai Kareem berlangsung selama satu bulan penuh, menyajikan berbagai kegiatan yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan minat pengunjung, seperti bazar kuliner, pertunjukan seni, dan acara komunitas. Penyelenggaraan acara ini juga bertujuan untuk memperkenalkan Old Shanghai sebagai destinasi yang tepat untuk

menghabiskan waktu selama bulan Ramadhan, sambil memberi manfaat ekonomi melalui peningkatan kunjungan dan transaksi di tenant-tenant yang ada di kawasan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan Ramadhan Shanghai Kareem yang diselenggarakan oleh Caraka Boemi Production di Old Shanghai, Jakarta Utara. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menilai efektivitas acara tersebut dalam menarik pengunjung, dampaknya terhadap peningkatan penjualan tenant, serta kontribusinya dalam menciptakan pengalaman yang bernilai selama bulan Ramadhan. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman lebih dalam tentang bagaimana sebuah acara khusus dapat berperan dalam mengisi momen Ramadhan dengan kegiatan positif sekaligus mendukung tujuan komersial bagi penyelenggara dan mitra acara.

KAJIAN PUSTAKA

Event didefinisikan adalah sebagai kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terkait dengan adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. (Noor, 2013: 8). Joe Goldblatt (2014: 8) mendefinisikan *special event* sebagai “*unique moment in time celebrated with ceremony and ritual to satisfy specific needs.*” *Special event* adalah sebuah selebrasi yang dilaksanakan pada momen yang memiliki keunikan tertentu dengan bentuk seremonial dan ritual untuk memenuhi kebutuhan spesifik.

A. Manajemen Special Event

Menurut Goldblatt (2014: 12), event management adalah kegiatan professional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan riset, membuat desain kegiatan, dan melakukan

perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta evaluasi untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan.

Terdapat lima tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan special event yang efektif dan efisien, yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi (Goldblatt 2014: 45)

- a) Research
Sebelum membuat event sebaiknya dilakukan penelitian terlebih dahulu. Penelitian yang dilakukan dengan baik akan mengurangi resiko kegagalan dalam pelaksanaan Penelitian dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak sasaran.
- b) Design
Design diperlukan dalam memperkuat konsep acara. Perlu dilakukan riset yang matang untuk design branding suatu acara.
- c) Planning
Setelah riset dan desain, maka masuk ke tahap planning. Planning atau perencanaan ini memerlukan waktu yang panjang dibandingkan proses yang lain.
- d) Coordinating
Koordinasi diperlukan dalam melakukan pengelolaan sumber daya yang efisien. Sumber daya tersebut meliputi kemampuan administrasi, koordinasi, marketing, dan risk management.
- e) Evaluation
Setiap selesainya sebuah event perlu adanya evaluasi sebagai tahap terakhir. Ini untuk menentukan keberhasilan suatu acara.

B. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, paradigma positifs dan metode deskriptif.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian

historis dan eksperimental. Mereka menyebut metode yang “melulu” deskriptif sebagai penelitian (Wood dalam Rakhmat, 2007: 25)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Riset

Untuk menentukan event yang tepat perlu adanya riset sebelumnya, untuk menentukan hal apa saja yang ingin dicapai dan bagaimana cara untuk mencapainya.

Sebagai penyelenggara Ramadhan Shanghai Kareem, Caraka Boemi production melakukan riset terlebih dahulu, seperti acara seperti apa yang selama ini menarik customer, keinginan manajemen dan kebutuhan acara seperti apa.

Menurut Elza zuriawan sebagai Direktur Caraka Boemi Production menyatakan, “Kami melakukan riset dari berbagai sisi, baik customer maupun dari pengelola venue dan target apa yang ingin dicapai. Riset awal sangat perlu dilakukan agar dapat memperoleh data dan fakta yang actual sebagai bahan perencanaan *special event*. Riset yang dilakukan oleh Caraka berbentuk riset kualitatif. Goldblatt (2014: 20) berpendapat bahwa terdapat tiga jenis riset yang dapat dilakukan dalam *pre-event* yakni riset kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi atau hibrid dari keduanya.

Riset dilakukan dengan wawancara, studi kasus dan analisis situasi untuk mengetahui kondisi nyata dilapangan. Enurut Cutlip, Center, dan Broom (2005: 205), analisis situasi merupakan tahap pengumpulan data yang ditempuh peneliti sebelum merancang dan merencanakan program. Analisis situasi bertujuan untuk mengumpulkan informasi mencakup jenis dan bentuk kegiatan, pihak atau publik yang terlibat, tindakan dan strategi yang akan diambil, taktik, serta anggaran biaya yang diperlukan dalam melaksanakan program.

b. Desain

Desain yang digunakan dalam acara ini berwarna merah dengan unsur kombinasi Ramadhan dan budaya Cina. Menyesuaikan dengan Lokasi yang merupakan replikasi dari negeri Cina.

c. Perencanaan

Perencanaan dalam special event adalah hal yang harus diperhatikan dengan sangat teliti dan matang, karena akan menjadi pedoman pelaksanaan acara.

Perencanaan menurut Cutlip, Broom, dan Center (2005: 5) adalah penyusunan suatu program acara (*event*) atau agenda setting dan program kerja humas. Penyusunan tersebut berdasarkan data fakta di lapangan, kebijakan, prosedur, tema, dan kemampuan dana serta dukungan dari pihak terkait.

Dalam acara Ramadhan Shanghai Kareem, perencanaan yang dilakukan cukup matang seperti sudah adanya timeline acara setiap minggu, jenis acara dan pengisi acara.

Tahap perencanaan menurut Goldblatt (2014: 60) meliputi penggunaan hukum *time/ space/tempo*.

1. Timing

Perencanaan event dilakukan oleh Caraka Boemi, 3 bulan sebelumnya. Timing bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang mencakup jenis dan bentuk kegiatan, pihak atau publik yang terlibat, tindakan dan strategi yang akan diambil, taktik.

2. Space adalah ruang acara / tempat acara dilaksanakan.

Karena ini adalah event kolaborasi maka tempat dari acara adalah di panggung terbuka Old Shanghai.

3. Tempo ialah ritme kerja yang berlangsung selama perencanaan hingga produksi. Caraka Boemi sangat memperhatikan tempo kerja,

karena menurut mereka, tempo yang baik akan menghasilkan kinerja yang efisien dan efektif.

d. Koordinasi

Dalam kepengurusan event, Caraka Boemi memaksimalkan struktur yang ada terdiri dari Direktur, Bendahara, PIC lapangan dan juga staff yang akan membantu di lapangan.

Koordinasi juga dilakukan dengan penyedia venue yaitu old shanghai untuk mempersiapkan teknis event.

e. Evaluasi

Dalam pelaksanaannya ada beberapa yang menjadi catatan seperti Lokasi bazar yang ketika hujan cukup tampias kepada tenant, pemasangan gas yang kurang diinfokan sebelumnya, serta beberapa catatan teknis.

Menurut Wilcox (dalam Pudjiastuti, 2010: 69) evaluasi merupakan tahapan pengukuran hasil sebuah program PR yang dikonfrontasikan dengan tujuan dan sasaran yang telah ditentukan sebelumnya pada tahapan perencanaan. Goldblatt (2014: 64) menjelaskan bahwa tahap evaluasi dilakukan setelah melakukan proses riset, desain, perencanaan, dan koordinasi acara. Evaluasi kemudian dilakukan dan tahap selanjutnya ialah kembali lagi pada tahap riset. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi telah yang dilakukan dapat dijadikan data riset untuk kegiatan serupa berikutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan special event Ramadhan Shanghai Kareem Caraka Boemi Production di Old Shangrila Jakarta Utara merupakan acara yang sukses dan berkesan. Acara ini berhasil menghadirkan suasana Ramadhan yang

hangat dan penuh berkah, serta mempererat tali silaturahmi antar sesama. Hal ini tercapai berkat persiapan yang matang, pelaksanaan yang terorganisir dengan baik, dan dukungan dari berbagai pihak terkait.

Untuk lebih meningkatkan kualitas dan keberhasilan acara serupa di masa mendatang, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. **Inovasi dan Kreativitas:** Terus berinovasi dan menghadirkan konsep-konsep baru yang kreatif dan menarik, sehingga acara tidak terkesan monoton dan selalu dinantikan.
2. **Promosi yang Efektif:** Memaksimalkan penggunaan berbagai saluran komunikasi dan media sosial untuk mempromosikan acara secara lebih luas, sehingga menjangkau lebih banyak *аудиенция*.
3. **Keterlibatan Masyarakat:** Melibatkan masyarakat sekitar dalam penyelenggaraan acara, sehingga tercipta rasa memiliki dan dukungan yang lebih besar.
4. **Evaluasi dan Feedback:** Melakukan evaluasi secara menyeluruh setelah acara selesai, serta mengumpulkan feedback dari para peserta dan tamu undangan, untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan di masa mendatang.
5. **Kerjasama yang Solid:** Membangun kerjasama yang solid dengan berbagai pihak terkait, seperti sponsor, media partner, dan vendor, untuk mendukung kelancaran dan kesuksesan acara.

Dengan perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang baik, diharapkan kegiatan special event Ramadhan Shanghai Kareem Caraka Boemi Production di Old Shangrila Jakarta Utara dapat terus menjadi acara

yang sukses dan berkesan di tahun-tahun mendatang..

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Cutlip, Scot M., Allen Center, and Glen M. Broom. (2005). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall

Goldblatt, (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

Noor, Any. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta

Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Sumber lain:

Instagram Caraka Boemi Production ; @carakaboemiproduction
Instagram Old Shanghai ; @oldshanghai.id