

**STRATEGI PROMOSI VENUE MICE MANDIRI DI KOTA DEPOK
MELALUI WEBSITE “NYOK KE DEPOK”
STAND ALONE VENUE MICE PROMOTION STRATEGY IN DEPOK CITY
THROUGH THE “NYOK TO DEPOK” WEBSITE**

Amadea Saraswati*, Firman Syah

Program Studi MICE, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta

*amadea.saraswati.an19@mhs.w.pnj.ac.id

firman.syah@bisnis.pnj.ac.id

ABSTRACT

Promotional activities are very important to inform tourist destinations and MICE to the wider community. Promotional activities can be carried out through various media, none other than print media or electronic media. The Department of Youth, Sports, Culture and Tourism (Disporyata) continues to strive to create culture and tourism with character in the city of Depok. These efforts are carried out by optimizing programs for art development, cultural preservation, and increasing tourism. The purpose of this research is to determine the condition of stand alone venues MICE in Depok City and to find out the efforts of Disporyata in promoting stand alone venues MICE in Depok City. This research was carried out using a qualitative descriptive method based on the results of active field observations, interviews with the parties involved, and the results of documentation during the research. The results of this research are that Disporyata has devised a strategy in promoting independent MICE venues in Depok City, namely creating a website "Nyok Ke Depok" and making a promotional video.

Keywords: *Disporyata, Promotion, Venue, MICE and Website.*

ABSTRAK

Kegiatan promosi sangat penting guna menginformasikan destinasi wisata dan MICE ke masyarakat luas. Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, tidak lain yaitu media cetak atau media elektronik. Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan, dan Pariwisata (Disporyata) berusaha mewujudkan budaya dan pariwisata yang berkarakter di Kota Depok. Upaya tersebut dilakukan dengan mengoptimalkan program pengembangan seni, pelestarian budaya, dan peningkatan pariwisata. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi *venue* MICE mandiri di Kota Depok dan mengetahui upaya Disporyata dalam mempromosikan *venue* MICE mandiri di Kota Depok. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode deskriptif kualitatif berdasarkan hasil observasi aktif secara langsung ke lapangan, wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat, dan hasil dokumentasi selama penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah Disporyata telah merancang strategi dalam mempromosikan *venue* MICE mandiri di Kota Depok, yaitu pembuatan *website* “Nyok Ke Depok” dan pembuatan video promosi.

Kata Kunci: *Disporyata, Promosi, Venue, MICE dan Website.*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah melumpuhkan semua industri, termasuk industri MICE seperti pariwisata, *event organizer*, perhotelan, dan *venue* MICE. MICE merupakan aktivitas yang mengandalkan perkumpulan banyak orang,

di mana keadaan ini sangat bertolak belakang yang mengharuskan orang-orang menjauhi kerumunan dan menjaga jarak karena pandemi COVID-19, sehingga menyebabkan banyak *event* yang tertunda bahkan gagal. Untungnya saat ini di seluruh dunia dan di Indonesia telah memasuki

masa transisi atau pascapandemi COVID-19. Para pelaku usaha jasa dan industri MICE berusaha mengembalikan keadaan untuk membangkitkan lagi industri MICE.

Segala strategi dan kebijakan dirancang untuk pemulihan industri MICE. Dengan kemajuan teknologi informasi yang sangat cepat, membuat perkembangan di seluruh bidang dapat berjalan lancar dan terhubung dengan internet. Pengembangan industri MICE membutuhkan promosi yang tepat sasaran melalui teknologi informasi sehingga dapat diketahui oleh banyak orang dengan mudah dan cepat. Promosi juga sebagai salah satu hal penting dalam kegiatan MICE. Tingkah laku konsumen dan isi konten promosi sangat mempengaruhi dalam berpromosi melalui teknologi informasi seperti *website*, sehingga terdapat 3 (tiga) unsur yang harus diperhatikan dalam mengisi konten di *website*, yaitu berilah informasi yang lengkap dan jelas, buat desain visual yang menarik, dan perhatikan penulisan setiap kata.

Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata (Disporwata) merupakan salah satu Dinas yang mengelola pariwisata dan MICE di Kota Depok. Diperlukan penggunaan teknologi informasi untuk menyimpan data-data dan menyajikan informasi tentang pariwisata dan MICE secara digital, langkah ini merupakan upaya dalam menunjang perkembangan pariwisata dan MICE di Kota Depok agar dapat dipromosikan ke seluruh dunia dan di Indonesia. Dengan hadirnya *website* pariwisata, wisatawan dan *visitor* sangat terbantu dalam memilih destinasi wisata, akomodasi, serta *venue* MICE dan memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi yang lebih lengkap, lebih jelas, dan efisiensi waktu. Oleh karena itu, Disporwata membangun *website* “Nyok Ke Depok” sebagai upaya dalam mempromosikan Kota Depok khususnya di bidang pariwisata, akomodasi, dan *venue* MICE di Kota Depok.

Menurut data Kemenparekraf,

terdapat 3714 usaha MICE yang tersertifikasi CHSE, di antaranya hotel dan *venue* MICE di Kota Depok. Setelah dilakukannya *site inspection* ke beberapa hotel dan *venue* MICE di Kota Depok dan wawancara dengan pihak pengelola *venue*, peneliti mendapatkan informasi dan data lengkap mengenai *venue* MICE dan hasil *shoot* video promosi untuk konten dalam *website* “Nyok Ke Depok”. Tidak hanya itu, ternyata masih ada beberapa pihak pengelola *venue* yang masih kurang dalam memberikan informasi dan berpromosi di media sosial maupun di *official website*.

Ditambah lagi dengan terhentinya *event* dan MICE akibat pandemi COVID-19, akomodasi dan *venue* MICE di Kota Depok sangat perlu dibangkitkan dengan mempromosikannya kembali. Dengan adanya *website* dari Disporwata ini dapat sebagai strategi unggulan untuk membangkitkan potensi MICE di Kota Depok. Dengan begitu, peneliti bermaksud untuk membantu Disporwata dan pihak *venue* MICE mandiri di Kota Depok dalam menetapkan strategi yang akurat dan tepat bagi Kota Depok dalam menunjang perkembangan MICE agar Kota Depok dapat bersaing di industri MICE. Atas dasar ini lahir pemikiran bahwa pariwisata dan MICE di Kota Depok perlu dibangkitkan kembali, dengan rumusan masalah:

1. Bagaimana kondisi *venue* MICE mandiri di Kota Depok saat ini?
2. Bagaimana upaya Disporwata dalam mempromosikan *venue* MICE mandiri di Kota Depok?

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian MICE

MICE menurut Kesrul (2004) dalam Indrajaya (2015: 81) merupakan sekelompok orang yang melakukan rangkaian kegiatan MICE dan pariwisata di mana aktivitasnya memadukan antara *leisure* dan bisnis. Rangkaian kegiatannya dalam bentuk pertemuan, perjalanan insentif, konvensi dan pameran. Sedangkan MICE menurut Oka (2000) dalam Indrajaya

(2015: 81) yaitu berkumpulnya para pengusaha dan tenaga ahli profesional di satu lokasi yang terorganisir karena memiliki kepentingan yang sama yaitu untuk memecahkan permasalahan dan membahas suatu topik tertentu.

Pengertian Promosi

Promosi menurut Rangkuti (2009: 51) dalam Setiawan & Hamid (2014), merupakan salah satu objek bauran pemasaran yang memegang peranan sangat penting, maka dari itu kegiatan promosi harus dilaksanakan oleh instansi untuk menjalankan program promosi penjualan agar produknya dikenal luas oleh masyarakat dan sukses di target pasar. Menurut Putra (2010) dalam Adhanisa & Fatchiya (2017), promosi adalah kegiatan yang bermaksud agar konsumen mengetahui dan mempelajari suatu produk dan jasa untuk membangkitkan minat dalam membeli produk atau jasa tersebut.

Menurut Morissan (2010) dalam Adhanisa & Fatchiya (2017), promosi merupakan salah satu bentuk pemasaran yang dimanfaatkan oleh instansi untuk berinteraksi dengan konsumen. Berdasarkan Basu Swastha dan Handoko (2008) dalam Wolah (2016), promosi ialah kegiatan yang dilakukan secara satu arah dengan tujuan mempengaruhi pihak lain sehingga menghasilkan sebuah pertukaran di dalam pemasaran.

Pengertian Venue Event

Berdasarkan kamus besar bahasa Inggris – Indonesia kata *venue* berarti tempat, area, ruang, dan titik pertemuan. Berdasarkan kamus *Oxford Advance Learner's*, *venue is a site where people gather for a conference, sporting event, and an organized event*, yang dapat diartikan *venue* sebagai tempat di mana orang bertemu dalam sebuah konferensi, acara olahraga dan acara yang telah terorganisir. Menurut Berners (2019: 3) *event venue* merupakan tempat atau lokasi berlangsungnya suatu acara yang

dirancang dan dikelola oleh *event organizer*.

Menurut Permenpar RI No. 2 Tahun 2017 tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (*Venue*) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran, *venue* MICE merupakan suatu tempat dilaksanakannya suatu kegiatan pertemuan, perjalanan insentif, konvensi dan pameran. MICE dapat dilaksanakan di ruang konferensi, hotel, universitas bahkan tempat umum seperti jalan raya dan lapangan.

Exhibition dan Convention Center adalah lokasi yang dapat dipakai untuk konferensi dan pameran. Menurut Noor (2013), *Convention Center* adalah bangunan yang menyediakan fasilitas lengkap dan memadai untuk kegiatan pameran, pertemuan dan konferensi namun tidak termasuk akomodasi. Menurut Kusuma (2014) *Exhibition Center* merupakan gedung yang memadukan dan mengkolaborasi manfaatnya karena dapat menyelenggarakan berbagai macam kegiatan seperti pertemuan, konferensi, dan pameran di setiap tatanan ruangnya.

Pengertian Website

Website atau *World Wide Web (www)* merupakan gabungan halaman pada *domain* yang berisi berita, data, informasi, fakta, laporan dan kabar bagi pengguna web untuk diketahui dan dibaca menggunakan alat pencari. Menurut Bunyamin, Linti Budi Wahyuni dan Rinda Cahyana (2016) dalam Andrianof (2018), *Website* merupakan gabungan dari beberapa halaman yang dipergunakan untuk mempresentasikan informasi berupa tulisan, gambar diam, gambar bergerak, animasi, audio atau kombinasinya. Setiap *website* pasti memiliki satu halaman yang disebut *home page*. *Home page* ialah laman yang pertama kali dilihat pengguna web saat berkunjung dan membuka situs web.

Menurut Hidayat (2010) dalam Nurmi (2015), *Website* merupakan

gabungan dari beberapa halaman yang dimanfaatkan untuk ditampilkannya informasi berupa tulisan, gambar diam, gambar bergerak, gambar animasi, audio dan/atau kombinasi statis atau dinamis darinya, membentuk suatu susunan halaman saling berhubungan yang disatukan oleh jaringan. Situs web pariwisata adalah penggunaan teknologi untuk mengoptimalkan perkembangan pariwisata dan MICE, memaksimalkan potensi instansi pariwisata dalam proses bisnis, dan membangun proses pertukaran informasi.

METODE PENELITIAN

Penulis menerapkan metode deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1982) dalam Abussamad (2021), penelitian kualitatif merupakan teknik penelitian yang menciptakan data deskriptif tentang orang-orang dan perilaku yang diamati peneliti dalam bentuk kata-kata tertulis atau kata-kata lisan; pendekatan ini bertujuan secara keseluruhan pada latar belakang dan individu. Adapun peneliti melakukan teknik pengumpulan data dalam keadaan alamiah, sumber data primer dan lainnya untuk observasi, wawancara dan dokumentasi, Sugiyono (2018).

Dalam penelitian ini, terdapat 3 (tiga) metode dalam pengumpulan data, yaitu observasi atau pengamatan, peneliti terlibat aktif secara langsung melakukan observasi di 4 (empat) *venue* MICE mandiri di Kota Depok, yaitu Zamzam Hall and Convention Center, Auditorium Jakarta Global University, Ronatama Graha & Conventiom Hall dan Studio Hanafi. Metode wawancara secara langsung dengan Bu Sri Novianti, SS., selaku Pengawas Bidang Pariwisata Kota Depok dan masing-masing 4 (empat) pengelola pihak *venue* MICE mandiri di Kota Depok, yaitu Bapak Dahlan Muhadi dari Zamzam Hall and Convention Center, Bapak Edi dari Auditorium Jakarta Global University, Bu Roito Sibarani dari Ronatama Graha & Convention Hall dan Bapak Rizki dari

Studio Hanafi. Metode dokumentasi, peneliti mengumpulkan data berupa dokumentasi berupa foto-foto bukti kegiatan, video promosi, dan *checklist site inspection*.

Metode analisis data merupakan bagian penting dari tahap mengolah data, di mana peneliti mengubah data mentah menjadi gabungan informasi yang dapat digunakan untuk peningkatan bisnis dan instansi. Dalam metode analisis data, peneliti melakukan pengamatan menggunakan metode kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Abdussamad (2021), analisis data kualitatif terdiri dari 3 (tiga) tahapan, yaitu: Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Kondisi Venue MICE Mandiri di Kota Depok

Venue MICE adalah bagian terpenting dan merupakan salah satu parameter dalam perkembangan industri MICE, secara regional maupun global yang menunjukkan trend standardisasi dengan mengimplementasikan kriteria tertentu pada industri MICE, salah satunya dengan menstandarkan *venue* yang menjadikan sebagai pusat kegiatan MICE.

Peneliti telah melakukan *site inspection* ke beberapa *venue* MICE yang berdiri sendiri di Depok, merupakan sebuah fasilitas khusus yang dibangun dan dirancang untuk menyelenggarakan kegiatan konvensi dan pameran gabungan. Terdapat berbagai macam ruang untuk rapat umum, ruang pertemuan, ruang terbuka, ruang pameran dengan sarana ruang administrasi, sarana *buffet*, dan sarana *business center*. Berdasarkan Permenpar RI No. 2 tahun 2017 “Pedoman Tempat Meeting, Incentive Tour, Conference and Exhibition”, kriteria *venue* MICE mandiri adalah:

1. Memiliki minimum kapasitas dengan syarat lengkapnya ruangan yang dibutuhkan di setiap acara

2. Memiliki fasilitas standar untuk spesifikasi di setiap ruangan yang dapat mendukung kegiatan operasional
3. Mampu mendukung dan memfasilitasi seluruh operasional kegiatan di setiap ruangan
4. Tersedia ruang pameran dengan kelengkapan fasilitas yang dapat mendukung kegiatan pameran
5. Tersedia *Venue Management*
6. Sarana dan prasarana dapat mendukung semua kegiatan operasional
7. Tersedia *sales* dan *promotion*
8. Infrastruktur dalam kota mampu menunjang kegiatan operasional

Berdasarkan uraian di atas, peneliti telah melakukan *site inspection* ke *venue* MICE mandiri di Kota Depok, berikut adalah data hasil *site inspection* peneliti yang menjelaskan kondisi *venue* MICE mandiri di Kota Depok saat ini.

Zamzam Hall and Convention Center

Zamzam Hall and Convention Center dipimpin oleh Dahlan Muhadi, SE. Zamzam Hall and Convention Center merupakan *venue* MICE yang telah diresmikan pada Sabtu, 3 Oktober 2020, yang hadir sebagai sarana resepsi pernikahan, rapat, pameran, konferensi dan lainnya. Zamzam Hall and Convention Center terletak di jalan Margonda Raya dan dekat dengan Balai Kota Depok tentunya berlokasi strategis dan memiliki akses yang mudah untuk dijangkau karena dekat dengan RS Mitra Keluarga, Polres Metro Depok, Stasiun Depok Baru, Terminal Depok, Fave Hotel, Hotel Santika, ITC Depok, Ciplaz Depok, Bank BJB, Bank BNI, Bank BRI dan lainnya.

Zamzam Hall and Convention Center dilengkapi fasilitas seperti kursi, meja, papan tulis + spidol, *projector*, panggung 4x8 meter, *ballroom full* karpet, AC, internet Wifi, toilet, musholla, lift orang, lift barang, *signage*, dan lahan parkir yang luas. *Ballroom* yang tersedia

berkapasitas hingga 1200 orang untuk *wedding* maupun *meeting* yang disesuaikan dengan *set up room* dengan *ceiling* 5 meter. Tersedia juga 2 (dua) ruang rias untuk *cpp* dan *cpw*. Sedangkan 4 (empat) *meeting room* lain berkapasitas 15 – 25 orang yang dilengkapi dengan *white board*, *marker*, *projector*, *full ac*, dan *set meeting* lainnya.

Tersedia petugas *venue* yang sudah melakukan pelatihan penggunaan peralatan darurat seperti petugas pengoperasian listrik, petugas untuk perawatan dan perbaikan, serta petugas keamanan yang terjamin. Selain itu, Zamzam Hall and Convention Center memiliki fasilitas yang lengkap untuk tanggap darurat bencana seperti *fire extinguisher*, alat petunjuk arah untuk jalur evakuasi bencana, tangga darurat, tempat atau titik berkumpul, *emergency alarm*, *smoke alarm*, dan *fire alarm*.

Sebelum *event* terlaksana, petugas *venue* tentunya melakukan pengecekan untuk alat pemadam kebakaran terisi penuh dan dapat dioperasikan, instruksi keselamatan mudah diakses, ruangan bersih dari puing-puing, lantai bebas dari paku menonjol dan tentunya pelaksanaan protokol kesehatan dalam *venue* dengan penyemprotan disinfektan secara berkala yaitu 3 (tiga) kali dalam seminggu.

Menurut peneliti, Zamzam Hall and Convention Center ini sudah memenuhi standar *venue* MICE dengan segala fasilitas yang memadai dan akses yang sangat terjangkau yaitu terletak di pinggir jalan.

Auditorium Jakarta Global University

Jakarta Global University (JGU) dulu dikenal sebagai Institut Teknologi dan Kesehatan Jakarta (ITKJ). Keunikan JGU dibanding kampus lain adalah memiliki sebuah auditorium yang sangat luas yang dapat disewakan oleh masyarakat umum yang ingin menyelenggarakan acara. Memiliki berbagai jenis ruangan yang dapat digunakan untuk fasilitas *event* MICE, *wedding*, wisuda bahkan konser musik, sehingga Auditorium JGU ini bisa menjadi

opsi salah satu *venue* yang berpotensi besar untuk penyelenggaraan acara di Kota Depok yang dikelola oleh PT Moon Event. Auditorium JGU berkapasitas 1000 orang ini menyediakan fasilitas lengkap seperti panggung utama, kursi futura dan sofa, *elevator*, *screen* dan *projector*, sound system standar, *holding room*, toilet, musholla, dan lahan parkir yang luas.

Auditorium JGU terletak di jalan Boulevard Grand Depok City, aksesnya dekat dengan Rsia Bunda Aliyah, RS Citra Medika Depok, Polres Depok, Kantor Pusat Pemadam Kebakaran, Stasiun Depok Lama, Terminal Depok. Aksesnya mudah dijangkau oleh seluruh jenis kendaraan baik kendaraan pribadi maupun transportasi umum seperti kereta, angkutan kota, ojek *online*, dan taksi. Hanya saja untuk menuju Auditorium JGU melewati titik rawan macet karena kerusakan jalanan, namun saat ini pemerintah telah berupaya untuk memperbaikinya.

Auditorium JGU memiliki akses yang sama dengan pintu masuk kampus yaitu *lobby* utama. Oleh karena itu, penggunaan papan petunjuk arah yang menunjukkan jalan menuju auditorium terpasang dengan sangat baik sehingga memudahkan *visitor* menuju auditorium. Memiliki pintu darurat, *emergency alarm*, *fire smoke*, *fire alarm* dan CCTV di setiap sudut untuk menjaga keamanan. Kebersihan dan kenyamanan *venue* yang selalu terawat, ketersediaan *hand sanitizer*, *thermo gun*, tangga darurat dan jalur evakuasi yang mudah dijangkau. Alat pemadam kebakaran yang dimiliki terisi penuh dan penggunaan *elevator* untuk *visitor* dapat berfungsi dengan baik.

Ronatama Graha and Convention Hall

Ronatama Graha and Convention Hall merupakan *venue* MICE terluas dan termegah di Kota Depok dengan letaknya yang strategis yaitu dekat dengan terminal bus dan stasiun kereta api. Gedung Ronatama berdiri di atas luas tanah sekitar 3 (tiga) hektar yang terdiri dari 2 (dua)

gedung pertemuan besar dan area parkir yang luas. Tiap gedung terdiri dari 2 (dua) lantai yang memiliki 4 (empat) pintu akses yang dilengkapi dengan fasilitas keamanan CCTV.

Gedung Ronatama berlokasi di Jalan Dahlia No. 16A, Pancoran Mas, Depok, Jawa Barat, 16431. Letaknya yang strategis dan mudah dijangkau dengan berbagai kendaraan tentunya memiliki kemudahan akses yang dekat dengan RS Mitra Keluarga, Polres Metro Depok, Stasiun Depok Baru, Terminal Depok, Fave Hotel, ITC Depok, dan lain-lain. Walaupun lokasinya masuk gang, namun Gedung Ronatama merupakan gedung pertemuan termewah dan terluas di Kota Depok sehingga sangat tepat dijadikan tempat untuk pernikahan, pertemuan dalam skala besar, seminar, wisuda, ulang tahun dan lainnya. Ronatama telah memiliki *list partner vendor* seperti catering adat batak, catering nasional, dekorasi, musik, foto dan video untuk memudahkan penyelenggara dalam persiapan acara.

Ronatama Graha and Convention Hall memiliki 2 (dua) gedung utama, yaitu Graha Ronatama dan Convention Hall yang tiap gedung ada 2 (dua) lantai dengan akses tangga. Gedung Ronatama menyediakan *signage*, *emergency alarm*, *smoke alarm*, dan *fire alarm* dengan jalur evakuasi yang memadai. Untuk protokol kesehatan disediakan *hand sanitizer*, wastafel dan penyemprotan disinfektan secara berkala yaitu H-2 acara diselenggarakan. Gedung Ronatama memiliki halaman *outdoor* yang sangat luas untuk lahan parkir, tempat atau titik berkumpul, dan tidak memiliki lift dan tangga darurat. Jika terjadi bencana *visitor* dapat berkumpul di halaman *outdoor*. Berikut data fasilitas dan kapasitas ruangan Ronatama Graha and Convention Hall.

a. Graha Ronatama

Graha Ronatama berkapasitas di lantai dasar hingga 2000 orang, dengan tatanan meja dan kursi menjadi 1500 orang untuk pesta adat, dan kapasitas di balkon lantai 2 (dua) muat sekitar 500 orang

dengan 50 kursi dan *standing party*. Berikut fasilitas Graha Ronatama:

- 1) Full AC dan *Red Carpet*
- 2) Panggung 18.9 x 6.6 m.
- 3) 2 (dua) ruang rias pengantin dan 2 (dua) ruang keluarga pengantin
- 4) Meja penerima tamu, kotak amplop dan buku tamu
- 5) Sound system standar dan panggung band
- 6) 2 (dua) *Screen Proyector*
- 7) Listrik PLN daya 40 KVA dan genset 40 KVA
- 8) Lahan parkir
- 9) 8 (delapan) toilet standar dan 1 (satu) toilet berkebutuhan khusus

b. Convention Hall Ronatama

Convention Hall Ronatama berkapasitas di lantai dasar hingga 750 orang, dengan meja dan kursi menjadi 650 orang untuk pesta adat, dan kapasitas di balkon lantai 2 (dua) muat sekitar 200 orang dengan 30 kursi dan *standing party*. Berikut fasilitas Convention Hall Ronatama:

- 1) Full AC dan *Red Carpet*
- 2) Panggung 16.4 x 5.5 m
- 3) 1 (satu) ruang rias pengantin dan keluarga
- 4) Meja penerima tamu, kotak amplop dan buku tamu
- 5) Sound system standar dan panggung band
- 6) Sound system standar dan panggung band
- 7) Listrik PLN daya 20 KVA dan genset 20 KVA
- 8) Lahan parkir
- 9) 8 (delapan) toilet standar dan 2 (dua) toilet berkebutuhan khusus

Dibandingkan dari *venue* MICE Mandiri di Kota Depok lainnya, Ronatama Graha and Convention Hall memiliki keunggulan tersendiri yaitu lahan yang luas dengan bangunan gedung yang megah sehingga acara yang terselenggara terkesan *glamor* dan mewah.

Studio Hanafi

Studio Hanafi merupakan satu-satunya *venue* khusus pameran di Kota Depok. Studio Hanafi berdiri pada tahun 1999 di Kampung Parung Bingung Kota Depok yang diapit dengan Sungai Pesanggrahan dan irigasi. Awal mula Studio Hanafi hanya studio milik pribadi yang digunakan sebagai sarana berkarya dalam berseni rupa Hana. Seiring berjalannya waktu, Studio Hanafi berbagi ruang dengan anak-anak muda yang ingin berkarya seni, mengembangkan gagasan, berdiskusi, hingga tinggal bersama.

Pada 2006 Studio Hanafi membuka ruang membaca untuk masyarakat umum yang dapat digunakan untuk membaca, tempat bermain, berkumpul dengan para seniman muda. Dilanjut dengan pembuatan kelompok teater, kelompok tari, dan kelompok vokal. Komunitas teater anak-anak meraih juara berturut-turut saat mengikuti Festival Teater Anak di Taman Ismail Marzuki pada tahun 2013 sampai 2015. Hingga waktunya regenerasi dan terbentuklah galeri, galeri kertas, yang berfokus pada regenerasi lewat karya dalam medium kertas.

Galeri Kertas ialah area pameran yang diperuntukan karya seni visual atau seni rupa yang bahan utamanya adalah kertas yang kemudian dijadikan berbagai media, material, atau karya lainnya. Hasil karyanya dapat dipamerkan pada galeri kertas yang bermacam-macam, seperti sketsa, rancangan bangunan, desain komunikasi visual, komposisi not balok, sampai karya tiga dimensi seperti instalasi, topeng, patung, dan segala kemungkinan penciptaan seni visual dan seni rupa yang menggunakan kertas. Galeri Kertas adalah ruang edukasi dibarengi kegiatan promosi yang menyediakan ruang pameran diperuntukkan kepada seniman di Indonesia yang berkarya dengan kertas tanpa mematokkan harga untuk ruang sewanya. Tujuannya untuk meregenerasikan seniman, dengan berinteraksi dan bertukar

pikiran.

Studio Hanafi menyediakan fasilitas seperti perpustakaan, *art space*, kamar residensi, *pantry*, toilet, musholla, taman, area parkir, *gallery*, dan *office* galerikertas studio Hanafi. *Art Space* atau GaleriKertas berkapasitas 50 orang dan 150 orang untuk area luar halaman GaleriKertas. Studio Hanafi memiliki lokasi yang berjauhan dengan *venue* MICE lainnya, yaitu di Jalan Parung Bingung No. 72 Pangkapan Jaya, Pancoran Mas. Letaknya yang berada di sebuah gang dengan posisi jalan turunan membuat letaknya kurang strategis karena kendaraan hanya bisa satu arah sehingga sulitnya kendaraan besar melintas.

Terkait biaya sewa, Studio Hanafi tidak menetapkan harga sewa untuk setiap pameran yang diselenggarakan, akan tetapi selalu ada kesempatan untuk para seniman yang ingin memamerkan hasil karyanya dengan mengikuti proses *bidding*. Kemudian karya dari seniman yang dipilih akan diproses dan ditindaklanjuti perihal segala kebutuhannya dan pihak Studio Hanafi dapat membantu dari segi finansial.

Berdasarkan hasil *site inspection*, dapat dikatakan bahwa *venue* MICE mandiri di Kota Depok sudah cukup baik dan memadai. Di mana dari ke 4 (empat) *venue* MICE mandiri ini memiliki keunggulannya masing-masing dan tentunya sudah sesuai dengan kriteria-kriteria pendirian *venue* MICE mandiri. Walaupun terdapat *venue* MICE mandiri yang memiliki akses jalan yang buruk dan lokasi sulit dijangkau, Studio Hanafi menjadi satu-satunya *venue* pameran di Kota Depok yang tidak dikenakan biaya sewa ruangan. Selain itu Studio Hanafi memiliki segudang prestasi dalam kesenian drama. Lahannya yang luas, dapat dimanfaatkan untuk membangun perpustakaan, taman bermain, dan pembuatan kelompok teater, kelompok tari, dan kelompok vocal.

Upaya Disporiyata dalam Mempromosikan Venue MICE Mandiri

di Kota Depok

Depok adalah satu di antara kota-kota di Jawa Barat yang mempunyai potensi di bidang pariwisata dan MICE. Betapa pentingnya aspek promosi wisata disadari oleh pemerintah Kota Depok, khususnya Disporiyata yang berperan penting dalam mewujudkan kebudayaan, pariwisata dan MICE yang berkarakter di Kota Depok. Bergerak cepat, Disporiyata telah memiliki strategi dalam mempromosikan *venue* MICE mandiri di Kota Depok, yaitu pembuatan *website* “Nyok ke Depok” dan pembuatan video promosi sebagai strategi pendukung dalam proses pembuatan *website*. Video promosi yang dibuat oleh peneliti akan menjadi salah satu konten di setiap *venue* MICE mandiri dan akomodasi yang ada di *website* “Nyok Ke Depok”. Selain pembuatan *website* dan pembuatan video promosi, Disporiyata tentunya berupaya dalam menciptakan destinasi wisata dan MICE yang menarik, unik dan tematik dengan harapan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan *visitor* di Kota Depok.

Pembuatan Website “Nyok Ke Depok

Strategi promosi pertama yang dilaksanakan Disporiyata yaitu mewujudkan pembentukan situs web anjungan dengan nama “Nyok Ke Depok”. Dalam menjalankan tugasnya yaitu merencanakan dan melaksanakan promosi wisata dan MICE, Disporiyata perlu mencermati aspek komunikasi yang benar. Hal ini memastikan agar pengguna web dapat menerima dan memahami setiap konten dan pesan yang disampaikan, sehingga pada akhirnya akan menarik *visitor* untuk berkunjung. Mengingat persaingan industry pariwisata dan MICE saat ini sangat ketat, kegiatan komunikasi dalam bentuk promosi menjadi aspek yang sangat penting.

Wisatawan dan *visitor* di Kota Depok dapat mengaksesnya dengan sangat mudah kapanpun dan di manapun melalui pencarian <https://wisatadepok.website/>. *Website* ini memperkenalkan berbagai jenis

destinasi wisata dan MICE di Kota Depok, seperti wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner, wisata budaya, hotel, *travel agent*, serta *venue-venue* MICE yang ada di Kota Depok.

Pada kesempatan ini peneliti berfokus pada *venue* MICE mandiri di Kota Depok. Dalam proses pencarian data dan informasi, penulis melakukan *site inspection* ke 4 (empat) *venue* MICE mandiri, yaitu Zamzam Hall and Convention Center, Auditorium JGU, Ronatama Graha & Convention Hall dan Studio Hanafi. Kemudian peneliti mengisi form dari Disporyata untuk kebutuhan informasi di *website*, yaitu “Form Pendataan Objek Wisata Kota Depok 2022”. Dalam pembuatan *website* ini Disporyata mempercayakan pihak ketiga, dan Dinas diberikan akses untuk menginput data secara mandiri, Informasi dan data yang telah dimasukkan ke Form Pendataan Objek Wisata Kota Depok, selanjutnya tugas Disporyata meng-*input* data tersebut ke *website* “Nyok Ke Depok”.

Saat peneliti melakukan pengecekan akhir di *website* “Nyok Ke Depok”, ternyata terdapat kekeliruan, yaitu hasil *site inspection* dan pembuatan video promosi yang telah dilakukan oleh peneliti pada 4 (empat) *venue* MICE mandiri di Kota Depok, terdata di menu “Hotel” yang seharusnya memiliki menu tersendiri yaitu “MICE” atau “Venue MICE” karena Zamzam Hall and Convention Center, Auditorium JGU, Ronatama Graha & Convention Hall dan Studio Hanafi bukan bagian dari hotel, melainkan *venue* MICE Mandiri yang berada di Kota Depok. Namun, pihak Disporyata tidak memiliki akses untuk menambahkan menu “MICE” atau “Venue MICE”. Oleh sebab itu, terjadi kekeliruan atau salah data dan tidak ada solusi untuk masalah ini sehingga tetap terdata di menu “Hotel”.

Kegiatan promosi Disporyata di internet dengan membuat *website* Bernama “Nyok Ke Depok” merupakan salah satu strategi yang tepat. Tidak memerlukan

biaya atau tenaga yang besar untuk memberikan informasi kepada wisatawan dan *visitor*, waktu yang dibutuhkan untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang sangat efisien dan cepat, komunikasi dua arah dapat dilakukan, dan transmisi informasi jauh lebih besar. Pesan yang diberikan tentang destinasi wisata dan *venue* MICE di Kota Depok dapat dinilai lebih akurat dan terpercaya karena disampaikan langsung resmi dari Disporyata. Selain itu, karena target pasar Kota Depok tidak terbatas pada khalayak terbatas, tetapi masyarakat luas. Penggunaan situs web anjungan ini akan memungkinkan Dinas untuk mengoptimalkan informasi promosi kepada wisatawan dan *visitor*.

Strategi inilah dapat membantu pihak pengelola *venue* dalam promosi dan pemasaran serta membantu masyarakat dalam mencari tahu destinasi tujuan wisata dan MICE di Kota Depok. Namun, sedikit perhatian pada konten dan pesan yang ingin disampaikan, terlihat karena kurangnya aktivitas promosi yang terstruktur. Konten dan pesan dari promosi umumnya masih sangat minim dan belum interaktif, hanya terdiri dari nama tempat, nomor telpon, alamat, dan dokumentasi dari setiap destinasi wisata dan MICE di Kota Depok. Sehingga wisatawan dan *visitor* diharuskan untuk mencari tahu sendiri mengenai destinasi wisata dan MICE di Kota Depok sesuai kebutuhannya. Sedangkan yang dibutuhkan adalah penjelasan lebih detail terkait destinasi wisata dan *venue* MICE di Kota Depok seperti harga tiket masuk, harga sewa *venue*, ketersediaan ruangan, spesifikasi ruangan, dan fasilitas yang tersedia.

Pengolahan data yang manual menyebabkan beberapa kendala seperti, informasi detail destinasi wisata, fasilitas akomodasi, restoran, dan *venue* MICE tidak dapat memperoleh data yang detail dan jelas. Namun, dengan hadirnya *website* “Nyok Ke Depok” dapat mempermudah wisatawan dan *visitor* dalam mencari objek

wisata, akomodasi, atraksi, dan *venue* MICE lebih mudah karena dapat diakses secara langsung kapanpun dan di manapun. Tidak lupa juga, dengan *website* ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan menjadi panduan untuk wisatawan dan *visitor* yang ingin berwisata di Kota Depok.

Pembuatan Video Promosi

Dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa dibutuhkan aktivitas promosi yang memiliki media sarana yang efektif. Selain pembuatan *website* "Nyok Ke Depok" Disporyata memberikan informasi promosi berupa video dari berbagai objek wisata dan *venue* MICE di Kota Depok. Video promosi merupakan salah satu strategi pendukung karena video mengandung unsur visual yang nyata, gerakan, suara dan banyak unsur musik dalam satu kesatuan atau biasa disebut multimedia. Pembuatan video promosi ini ditujukan kepada wisatawan dan *visitor* untuk mengetahui industri pariwisata dan MICE di Kota Depok.

Sebelum pembuatan video promosi, peneliti melakukan observasi lapangan atau *site inspection* ke 4 (empat) *venue* MICE mandiri di Kota Depok dan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam pembuatan video promosi. Seperti fasilitas yang tersedia, aksesibilitas yang mudah dijangkau, harga paket sewa ruangan, ketersediaan ruangan, dan *track record event* yang telah terselenggara. Pentingnya mengumpulkan dan mencari informasi yang terbaru dan nyata, karena dalam berpromosi diperlukan data yang lengkap dan *up to date*.

Diperlukan keahlian dalam pengambilan gambar yang stabil dan *cinematic*. Agar media audiovisual menyajikan berbagai gambar, video dan music yang digunakan untuk keperluan seperti memperkenalkan, memberikan informasi dan mempromosikan *venue* MICE mandiri di Kota Depok, maka perlu disajikan video promosi informatif yang berisi informasi dan data terkini. Video

promosi yang terkini dan menarik dapat membuat wisatawan dan *visitor* menikmati setiap gambar dan informasi yang diterima.

Kualitas video yang baik diperlukan untuk pembuatan video promosi, seperti video presentasi yang menampilkan tampilan beresolusi tinggi, gambar yang jernih dan lebar, berbagai kombinasi transisi yang dikemas dalam video promosi dengan durasi video tidak terlalu panjang agar lebih efektif dan terarah.

PENUTUP

Dari pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Kondisi 4 (empat) *venue* MICE mandiri di Kota Depok sudah layak, memadai, dan memiliki keunggulannya masing-masing dan tentunya sudah sesuai dengan kriteria-kriteria pendirian *venue* MICE mandiri.
2. Disporyata memiliki dua strategi promosi yaitu pembentukan *website* "Nyok Ke Depok" dan pembuatan video promosi *venue* MICE di Kota Depok.

Adapun saran yang diberikan dari kesimpulan di atas yaitu:

1. Bagi penulis selanjutnya, bahas strategi promosi di seluruh *venue* MICE di Kota Depok, tidak hanya *venue* MICE mandiri.
2. Bagi Disporyata, dalam pembuatan *website* "Nyok Ke Depok" tambahkan informasi detail, seperti harga sewa *venue*, ketersediaan ruangan, spesifikasi ruangan, dan fasilitas yang tersedia agar *website* ini dapat lebih bermanfaat. Bagi pengelola *venue* MICE mandiri tingkatkan fasilitas yang menunjang seluruh kegiatan MICE agar lebih membantu penyelenggara dan peserta *event*.
3. Bagi ilmu pengetahuan khususnya MICE Politeknik Negeri Jakarta diharapkan dapat selalu bekerja sama

dengan Disporyata Kota Depok dalam penyelenggaraan *event* MICE.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Adhanisa, C. & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Website dan Instagram sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *JSKPM*, 1(4).
<https://doi.org/10.29244/jskpm.1.4.451-466>
- Andriana, A. D. (2017). Penentuan Jenis Promosi Menggunakan pendekatan Customer Relationship Management (CRM). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2).
- Andrianof, H. (2018). Rancangan Bangun Sistem Informasi Promosi dan Penjualan pada Toko Ruminansia Berbasis WEB. *JURNAL PTI (PENDIDIKAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI) FAKULTAS KEGURUAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA*, 5(1).
<https://doi.org/10.35134/jpti.v5i1.2>
- Herawati, T., Rudatin, C. L. T., & Akbar, D. (2015). Potensi Kota Bandung sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *EPIGRAM (e-Journal)*, 11(2).
<https://doi.org/10.32722/epi.v11i2.672>
- Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference, And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah WIDYA*. 3(2), 81.
- Kusuma, C. S. D. (2019). MICE – Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia. *Jurnal Efisiensi – Kajian Ilmu Administrasi*, 16(2), 52-62.
<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v16i2.27420>
- Mubarak, Fauzi. (2022). Kondisi Standar Venue MICE Kota Depok Berdasarkan Pendekatan Gap Analysis Terhadap Standar Venue MICE Indonesia. *Jurnal Bisnis Event*, 1(2).
- Nurmi. (2015). Membangun Website Sistem Informasi Dinas Pariwisata. *JURNAL EDIK INFORMATIKA*, 1(2).
<https://doi.org/10.22202/ei.2015.v1i2.1418>
- Puspitarini, D. S. & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1).
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Setiawan, N. A., & Hamid, F. U. (2014). Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2).
- Wolah, F. F. C. (2016). Peranan Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Poso. *E-journal "Acta Diurna"*, 5(2).
- Lumanauw, N & Gupta, I. G. B. W. (2020). Pengembangan Potensi Event Venue di Bali Zoo, Gianyar, Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(2), 99. 179-186.
<https://doi.org/10.47492/jih.v9i2.291>
- Oktaviani, D. (2021). Identifikasi Potensi Event Venue dalam Mendukung Kegiatan MICE di Kota Bandung. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 17(2), 50-63.

Buku

- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdussamad, Zuchri. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Syakir Media Press.
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2017 tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran.
- Peraturan Wali Kota Depok Nomor 86 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata.

Website

<https://chse.kemenparekraf.go.id/> diakses pada 16 November 2022 pada pukul 14.32 WIB

<http://disporyata.depok.go.id/> diakses pada 16 November 2022 pada pukul 21.06 WIB

<https://www.depok.go.id/> diakses pada 16 November 2022 pada pukul 20.55 WIB

<http://disporyata.depok.go.id/> diakses pada 16 November 2022 pada pukul 21.06 WIB