



# Implementasi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Berbagai Panggung Dalam Menarik Minat Pengunjung Di Berbagai Kopi Denpasar

<sup>1</sup>Maria Septiana Rosana Dewi, <sup>2</sup>Amirosa Ria Satiadji, <sup>3</sup>I Nengah Wirata

Program Studi Manajemen Konvensi dan Perhelatan, Jurusan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

Jalan Dharmawangsa, Kampial, Nusa Dua, Kabupaten Badung

e-mail: <sup>1</sup>mariaseptiani21@gmail.com, <sup>2</sup>amirosaria@gmail.com, <sup>3</sup>atastp@yahoo.co.id

\*)Corresponding Author

## ABSTRACT

*Currently, the development of the business world in Denpasar City is very significant. Companies must have a strong strategy to attract consumers and their target market. Berbagai Kopi Denpasar designed a strategy through the implementation of the Berbagai panggung event in attracting visitors. The type of event implemented is an art event. This study uses a type of approach that collected by observation, interviews, and documentation and analyzed with the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The problem that will be analyzed in this research is limited by analyzing three-event approaches in the form of entertainment, excitement, and effort in implementing marketing communications through the Berbagai Panggung event in attracting visitors' interest at Berbagai Kopi Denpasar. The results of this study were the entertainment approach that was carried out by Berbagai Panggung through performers, each of which was different. The joyous approach was taken by the Berbagai Panggung to provide a memorable experience for visitors with the interactions that occurred between the performers and visitors. Enterprise is the readiness of the Berbagai Panggung in the risk that will occur and dare to do something new. The implementation of marketing communication through the event has been well implemented so that the event plays a role in attracting visitors to come to Berbagai Kopi Denpasar.*

**Key Words:** Marketing Communication, Entertainment, Excitement, Enterprise

## ABSTRAK

*Saat ini perkembangan dunia bisnis di Kota Denpasar sangat signifikan. Perusahaan harus mempunyai strategi yang kuat untuk bisa menarik konsumen dan target pasarnya. Berbagai Kopi Denpasar merancang strategi melalui implementasi event Berbagai Panggung dalam menarik minat pengunjung. Jenis event yang diimplementasikan adalah art event. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi yang kemudian dianalisa melalui reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini dibatasi dengan menganalisis tiga pendekatan event yang berupa entertainment, excitement, dan enterprise dalam implementasi komunikasi pemasaran melalui event Berbagai Panggung dalam menarik minat pengunjung di Berbagai Kopi*

Denpasar. Hasil penelitian ini pendekatan entertainment yang dilakukan Berbagai Panggung melalui penampilan pengisi acara yang setiap event nya berbeda-beda. Pendekatan excitement dilakukan pihak Berbagai Kopi Denpasar untuk memberi pengalaman yang berkesan kepada pengunjung dengan interaksi yang terjadi antara pengisi acara dan pengunjung. Enterprise merupakan kesiapan pihak Berbagai Kopi Denpasar dalam menanggung resiko yang akan terjadi dan berani mencoba sesuatu hal yang baru. Pelaksanaan komunikasi pemasaran melalui event sudah diimplementasikan dengan baik sehingga event tersebut berperan dalam menarik minat pengunjung untuk datang ke Berbagai Kopi Denpasar.

**Kata kunci:** *Komunikasi Pemasaran, Entertainment, Excitement, Enterprise*

## 1. PENDAHULUAN

Budaya minum kopi saat ini sedang berkembang di kalangan masyarakat Indonesia. Mengonsumsi kopi tidak hanya dikenal dikalangan orang tua, namun mengonsumsi kopi telah dikenal oleh semua kalangan terutama remaja. Minum kopi saat ini bukan lagi sekedar menghilangkan kantuk, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup, meminum secangkir kopi sudah menjadi rutinitas bagi sebagian orang. Menurut Taroepratjeka (dalam Hens, 2018) budaya minum kopi dan meningkatnya tingkat konsumsi kopi juga tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat Indonesia yang gemar berkumpul. Dari dua faktor tersebut, prospek bisnis coffee shop di masa mendatang sangat menjanjikan.

Coffee shop merupakan salah satu tempat yang digemari oleh banyak orang, mulai dari kalangan profesional, eksekutif, hingga remaja. Coffee shop mampu mendatangkan keuntungan bagi pemiliknya dan memberikan kepuasan kepada pembelinya. Kehadiran coffee shop pada akhirnya sangat diminati, alasannya adalah dapat menjadi tempat pertemuan dengan rekan bisnis, arisan, bahkan tempat diskusi kawula muda. Hal ini didukung oleh pertumbuhan tempat-tempat yang seakan memahami keinginan masyarakat akan tempat berkumpul dan bersantai yang nyaman untuk bercengkerama. Berkembangnya coffee shop menjadi sebuah tempat dan ruang baru tentunya persaingan semakin ketat. Pemilik coffee shop harus memperhatikan pemasaran usahanya guna mengembangkan dan mempertahankan usaha yang sudah ada, agar tetap dapat bersaing.

Menurut Kismono, (2011:313), pemasaran adalah sekelompok aktivitas yang saling berkaitan yang dirancang untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan distribusi, promosi, dan penetapan harga serta pelayanan untuk memuaskan kebutuhan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu. Para pelaku usaha coffee shop harus bisa berinovasi untuk memberikan sesuatu yang menjadi ciri khas terhadap coffee shopnya dibandingkan dengan coffee shop yang lainnya dan harus pandai bersiasat menghadapi karakter konsumen yang tertarik dengan adanya promosi. Banyak hal yang bisa dilakukan pemilik coffee shop untuk melakukan promosi, salah satunya adalah dengan mengadakan sebuah event untuk meningkatkan brand image di masyarakat terutama khalayak muda. Saat ini event menjadi salah satu bentuk promosi yang diminati. Event menurut Noor, (2013:8) adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan di waktu-waktu tertentu baik secara kelompok maupun individu

yang berkaitan dengan budaya, tradisi maupun adat dan agama guna memperingati hal-hal terpenting didalam kehidupan manusia, dengan tujuan tertentu yang melibatkan lingkungan masyarakat. Sekarang ini banyak coffee shop yang saling bersaing memanfaatkan event sebagai bentuk promosi untuk menarik pengunjung dan pada akhirnya pengunjung akan melakukan pembelian, sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan dari produk-produk yang ditawarkan.

Kota Denpasar menjadi salah satu kota yang memiliki sejumlah usaha makanan dan minuman yang semakin bertambah jumlahnya. Beberapa tahun terakhir, keberadaan coffee shop di Kota Denpasar sangat pesat perkembangannya. Tersebar di lokasi yang berdekatan dengan aktivitas kampus, kawasan perkantoran, jalan-jalan utama yang padat kendaraan. Beberapa coffee shop yang tersebar diwilayah Denpasar, masing-masing memiliki identitas berbeda dan saling menawarkan ciri khasnya untuk menarik perhatian konsumen. Seiring dengan selera konsumen yang terus meningkat dan menginginkan inovasi-inovasi baru. Suasana coffee shop yang nyaman dan kualitas produk yang baik serta citra merek (brand image) yang positif dari coffee shop, diharapkan dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan aktivitas dan pembelian di coffee shop tersebut. Beberapa coffee shop di Denpasar ada yang memanfaatkan tempat coffee shopnya sebagai working space dengan suasana minimalis dengan fasilitas indoor, dan ada juga beberapa coffee shop yang mengusung tema klasik yang memanfaatkan fasilitas outdoor yang luas dengan alam terbuka

**Tabel 1: Daftar Coffee Shop di Kota Denpasar**

NO	NAMA CAFÉ	ALAMAT
1.	Bc Street Coffee	Jl.Kecak No.5,Tonja,Kec Denpasar utara
2.	Karakter Kopi	r No.99x,Renon,Kec.Denpasar Selatan
3.	Infinity Coffee	ch Street Walk,Sanur Kaja,Kec Denpasar Selatan
4.	Jenar Kopi	Dangin Puri, Kec. Denpasar Timur
5.	Sekopi	Jl. Subur No.120, Pemecutan Klod, Denpasar
6.	Ruang Kopi	Dauh Puri Klod Kec.Denpasar Barat
7.	Sinar Harapan	Jl. Tukad Batanghari No. 63,Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Barat
8.	Basic Coffee	aharil No. 1-3 Sumerta Kelod,Kec Denpasar Timur
9.	bagi Kopi Denpasar	Jl. Astasura VI No. 97, Peguyangan Kangin, Kec. Denpasar Utara
10.	Bhineka Muda	ujung Bungkok,Kec Denpasar Selatan
11.	Taksu Kopi	Jl. Tukad Barito No.95,Panjer, Kec Denpasar Selatan

Sumber: *Google Maps* (2021)

Berdasarkan Tabel diatas, persaingan bisnis coffee shop di Bali cukup ketat. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya coffee shop yang bermunculan dikota Denpasar. Keberadaan coffee shop bagi masyarakat perkotaan memiliki posisi tersendiri sebagai salah satu alternatif untuk memanfaatkan waktu luang ataupun aktivitas lain. Hal ini membuat para pengusaha coffee shop untuk terus berkompetisi dengan berinovasi dan mengembangkan ide sesuai dengan perubahan gaya hidup.

Salah satu coffee shop yang terletak diwilayah Denpasar adalah Berbagai Kopi. Berlokasi di Jalan Antasura VI no. 97, Peguyangan Kangin, Kec Denpasar Utara Kota Denpasar, Bali. Berbagai Kopi Denpasar berdiri pada tahun 2018. Seiring berkembangnya coffee shop dari tahun ke tahun yang sangat berkembang dipasaran, Berbagai Kopi Denpasar berinovasi agar dapat bersaing dengan coffee shop lainya dengan menonjolkan keunggulan yang dimilikinya. Berdasarkan promosi yang dilakukan oleh Berbagai Kopi Denpasar melalui akun Instagram @berbagikopihub bahwa yang dilakukan Berbagai Kopi Denpasar dalam menarik minat konsumen adalah dengan menawarkan tempat untuk bersantai bersama teman, sahabat, bahkan keluarga. Selain itu, Berbagai Kopi Denpasar juga menawarkan diri sebagai tempat yang pas untuk menyelenggarakan sebuah events.

Berbagai Kopi Denpasar mempunyai tatanan bangunan yang memadai untuk menciptakan suasana yang nyaman bagi para konsumennya karena saat ini konsumen tidak hanya mencari tempat untuk meminum kopi tetapi juga mencari kenyamanan untuk sekedar bersantai melepas penat ataupun berkumpul bersama teman teman. Berbagai Kopi Denpasar membuat inovasi untuk mempromosikan coffee shop nya yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang berkunjung ke Berbagai Kopi Denpasar. Inovasi yang dilakukan oleh Berbagai Kopi Denpasar yaitu melalui implementasi event yang dirancang oleh pemilik Berbagai Kopi Denpasar yaitu event Berbagai Panggung. Event Berbagai Panggung telah dilaksanakan pada tahun 2020. Program Event Berbagai Panggung merupakan event yang diadakan Berbagai Kopi Denpasar untuk memberikan ruang dan tempat bagi para musisi atau para seniman untuk menampilkan bakat dan juga hasil karyanya. Program event Berbagai Panggung dilaksanakan diberlakukan dua kali dalam sebulan di hari jumat, dimulai pada pukul 17.00-selesai.

Event Berbagai Panggung diperuntukan untuk seluruh kalangan masyarakat yang memiliki talenta serta karya berupa musik, puisi, drama, monolog, standup comedy, dan bakat bakat lainya. Adapun persyaratan yang diberlakukan untuk dapat menjadi pengisi acara di event Berbagai Panggung yaitu mendaftarkan diri atau grup melalui kontak yang tertera pada Instagram Berbagai Kopi Denpasar setelah itu talent yang terpilih akan tampil pada edisi Berbagai Panggung yang ditentukan. Hal ini dapat dilihat pula banyak talent baru yang bermunculan di Kota Denpasar. Talent tersebut dapat mengenalkan diri kepada publik sehingga dapat dikenal oleh khalayak banyak melalui event Berbagai Panggung. Hari jumat dipilih karena hari jumat merupakan hari yang sering disambut gembira oleh para pekerja ataupun mahasiswa. Banyak pekerja ataupun mahasiswa yang antusias menyambut akhir pekan dengan mencari

hiburan ataupun sekedar berkumpul bersama teman teman. Melalui program event Berbagai Panggung diharapkan dapat menjadi media untuk mempromosikan Berbagai Kopi Denpasar dalam memasarkan keunggulan yang dimiliki yaitu menyuguhkan acara hiburan untuk pengunjung yang sedang bersantai bersama teman teman atau sekedar menghilangkan rasa penat

Secara spesifik, penelitian ini ingin mengangkat masalah tentang penggunaan event sebagai komunikasi pemasaran di coffee shop sehingga dapat meningkatkan minat konsumen atau pengunjung ditengah tengah persaingan usaha. Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari implementasi komunikasi pemasaran melalui event Berbagai Panggung dalam meningkatkan minat konsumen di Berbagai Kopi Denpasar ditengah tengah persaingan coffee shop yang tersebar di Kota Denpasar. Alasan penulis memilih Berbagai Kopi Denpasar sebagai tempat penelitian karena penulis memiliki ketertarikan terhadap Berbagai Kopi Denpasar yang menjadi salah satu coffee shop yang sedang berkembang di Kota Denpasar dan mampu bertahan ditengah-tengah persaingan coffee shop yang tersebar di Kota Denpasar. Obyek yang digunakan adalah event Berbagai Panggung di Berbagai Kopi Denpasar yang menampilkan talenta serta karya berupa musik, puisi, drama, monolog, standup comedy, dan bakat bakat lainnya. Sehingga, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan pihak Berbagai Kopi Denpasar di dalam menyelenggarakan events selanjutnya

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi. Analisa data dilakukan dengan tahapan yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini dibatasi dengan menganalisis tiga pendekatan event yang berupa entertainment, excitement, dan enterprise dalam implementasi komunikasi pemasaran melalui event

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Deskripsi Data**

Implementasi entertainment dalam event Berbagai Panggung, Berbagai Kopi Denpasar menerapkan entertainment yang pada saat ini banyak diminati semua kalangan, khususnya anak muda. Event Berbagai Panggung tidak hanya menyuguhkan musik oleh musisi- musisi anyar sebagai pengisi acara hiburan utamanya. Hal menarik lainnya meliputi teater dan pameran seni oleh seniman yang berpengaruh yang mendatangkan banyak pengunjung dengan minat yang beranekaragam.

Entertainment yang dapat menambah ketertarikan pengunjung untuk mengunjungi Berbagai Kopi Denpasar yaitu dengan adanya band-band atau artis baru yang setiap minggunya akan tampil berbeda-beda di event Berbagai Panggung yang akan memberikan kesan puas pada pengunjung yang antusias.

Implementasi excitement dalam event Berbagai Panggung adalah kunci agar event yang diselenggarakan selalu dikenang dan memberikan kesan

kepada pengunjung agar pengunjung tersebut kembali melakukan kunjungan. Observasi yang penulis lihat dilapangan, excitement yang pengunjung rasakan mengenai kesan mereka terhadap Berbagai Panggung adalah mendapat pengalaman baru yang sulit untuk dilupakan dengan penampilan pengisi acara, dan beberapa hiburan interaksi pengisi acara dan pengunjung, dengan begitu maka citra atau tanggapan pengunjung untuk datang kembali akan terbangun dan bisa menjadi peluang untuk datang kembali. Pengunjung di Berbagai Kopi Denpasar tidak hanya sekedar menikmati apa yang sedang ditampilkan melainkan pengunjung Berbagai Panggung bisa ikut berinteraksi dalam hiburan yang disuguhkan. Saat berlangsungnya Berbagai Panggung para pengunjung bisa berinteraksi dengan pengisi acara diatas panggung, hal ini yang membedakan event Berbagai Panggung dengan event lainnya yang diadakan di coffee shop lain. Pada coffee shop lainnya hanya menyuguhkan live music saja tanpa adanya interaksi antara pengunjung dan pengisi acara tersebut, tetapi di Berbagai Kopi Denpasar pengunjung bisa menyaksikan langsung di depan panggung dengan bernyanyi mengikuti alunan pengisi acara karena Berbagai Kopi Denpasar menyediakan ruang gerak untuk pengunjung ataupun sekedar menikmati hidangan di meja makan. Implementasi enterprise dalam event Berbagai Panggung diartikan sebagai kesiapan Berbagai Kopi Denpasar dalam menanggung resiko atau mencoba sesuatu yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Observasi yang penulis lihat di lapangan, faktor resiko yang tak terduga menjadi hambatan untuk dilaksanakan sebuah event berlangsung, karena bisa menghambat pelaksanaan event Berbagai Panggung. Hal ini harus diperhatikan pihak Berbagai Kopi Denpasar. Sebelum melaksanakan event, pihak Berbagai Kopi Denpasar selalu memikirkan terlebih dahulu resiko yang akan terjadi saat event berlangsung seperti halnya resiko kendala cuaca maupun resiko dari pengunjung itu sendiri. Kendala utama yang selalu diperhitungkan adalah faktor cuaca yang tidak mendukung sehingga rangkaian acara event tertunda.

Masalah lain yang disebabkan oleh faktor pengunjung yang membludak, maka pihak Berbagai Kopi Denpasar akan menyediakan area tempat penonton tambahan sehingga pengunjung dapat menonton dengan nyaman. Saat ini resiko yang dihadapi Berbagai Kopi Denpasar adalah covid-19 hal yang dilakukan Berbagai Kopi Denpasar yaitu dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat, pada saat event berlangsung, interaksi yang dilakukan oleh pengunjung juga dibatasi dengan menjaga jarak pada menyaksikan event didepan panggung dan tetap memakai masker. Enterprise juga merupakan sesuatu yang belum pernah dicoba, didalam Berbagai Panggung, sesuatu yang belum pernah dicoba Berbagai Kopi Denpasar adalah mengundang artist-artist besar, jika pandemi sudah usai Berbagai Kopi Denpasar mempunyai rencana untuk mengundang artist besar yang mampu mendatangkan massa yang banyak, jika hal tersebut terealisasikan maka pihak Berbagai Kopi Denpasar harus mampu mengantisipasi resiko yang akan terjadi seperti halnya faktor pengunjung yang membludak.

Pada saat ini Berbagai Kopi Denpasar sudah berani untuk mengundang pengisi acara yang mempunyai nama dibenak pengunjung, dan mampu memberikan ruang dan tempat agar pengisi acara tersebut tampil di panggung

Berbagai Panggung, sehingga pengunjung sebelumnya biasanya hanya mendengarkan atau menyaksikan event tersebut melalui audio atau media sosial saja tetapi pada event Berbagai Panggung pengunjung bisa menyaksikan dan mendengarkan langsung.

### 3.2 Responden penelitian

Penelitian dilaksanakan kepada 39 responden yang terdiri dari 1 pemilik dan 38 pengunjung event dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 2. Responden Penelitian berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	Laki-laki	27	83%
2	Perempuan	12	17%

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas dijelaskan bahwa sebagian besar responden penelitian didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah pengunjung 26 orang bersama dengan 1 pemilik sehingga presentase responden penelitian didominasi sebesar 83% oleh responden pria. Sedangkan responden perempuan berjumlah 12 orang dengan presentase sebesar 17%.

**Tabel 3. Responden Penelitian berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Usia Pengunjung	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	20-25 Tahun	35	92%
2	26-30 Tahun	4	8%
3	>31 Tahun	0	0%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas dijelaskan bahwa sebagian besar responden penelitian didominasi oleh responden berusia 20-25 tahun dengan jumlah pengunjung 34 orang bersama dengan 1 pemilik sehingga presentase responden penelitian didominasi sebesar 92% oleh responden pria. Sedangkan responden berusia 26-30 tahun berjumlah 4 orang dengan presentase sebesar 8%.

**Gambar 1. Dokumentasi event Berbagai Panggung**



**Gambar 2. Dokumentasi event Berbagai Panggung**



### 3.3 Pembahasan

Implementasi entertainment dalam event Berbagai Panggung sudah mengikuti hal yang sedang berkembang di kalangan anak muda, salah satunya kesukaan terhadap para pelaku seni yang memiliki ketertarikan dibenak pengunjung, sehingga mampu membuat pengunjung tertarik mengunjungi Berbagai Kopi Denpasar. Event Berbagai Panggung menyuguhkan penampilan



yang berbeda-beda yang membuat pengunjung tidak bosan jika menghadiri event Berbagai Panggung. Berbagai Kopi Denpasar sudah menerapkan entertainment dengan mengundang pengisi acara yang sangat diminati oleh khalayak muda disamping pengisi acara yang unik dan berbeda penyelenggara juga mengundang artis yang sedang populer demi menarik pengunjung yang lebih besar. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil Penelitian Busthomil Karim (2020). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa entertainment tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengunjung.

Implementasi excitement dalam event Berbagai Panggung dalam pelaksanaannya sudah berhasil dilaksanakan, hal ini berkaitan dengan pengunjung mengenai kesan mereka terhadap pengisi acara yang tampil, pengunjung mendapat kesan yang berbeda karena dapat berinteraksi secara langsung dan pengalaman baru yang sulit untuk dilupakan. Pengunjung yang datang pada event Berbagai Panggung tidak hanya disuguhkan oleh penampilan pengisi acara saja tetapi Berbagai Panggung mampu menciptakan interaksi terhadap event yang diselenggarakan sehingga citra atau tanggapan pengunjung untuk datang kembali akan terbangun dan bisa menjadi peluang untuk datang kembali.

Implementasi enterprise dalam event Berbagai Panggung mengenai kesiapan mengalami resiko yang akan terjadi seperti halnya resiko kendala cuaca maupun resiko, dari pengunjung itu sendiri dan pandemi covid-19 sudah dipikirkan pihak Berbagai Kopi Denpasar dalam menangani hal tersebut sehingga event Berbagai Panggung bisa dilaksanakan dan berjalan dengan baik.

Enterprise juga merupakan sesuatu yang belum pernah dicoba di dalam penyelenggaraan event Berbagai Panggung. Sesuatu yang belum pernah dicoba pihak Berbagai Kopi Denpasar yaitu mengundang artist-artist besar, jika pandemi sudah usai Berbagai Kopi Denpasar mempunyai rencana untuk mengundang artist besar yang mampu mendatangkan massa yang banyak. Jika hal tersebut terealisasikan maka pihak Berbagai Kopi Denpasar harus mampu mengantisipasi resiko yang akan terjadi seperti halnya faktor pengunjung yang membludak. Pada saat ini Berbagai Kopi Denpasar sudah berani untuk mengundang pengisi acara yang mempunyai nama dibenak pengunjung, dan mampu memberikan ruang dan tempat agar pengisi acara tersebut tampil di panggung Berbagai Panggung, sehingga pengunjung sebelumnya biasanya hanya mendengarkan atau menyaksikan event tersebut melalui audio atau media sosial saja tetapi pada event Berbagai Panggung pengunjung bisa menyaksikan dan mendengarkan langsung.

Berbagai Kopi Denpasar sudah menerapkan excitement dengan baik karena Berbagai Panggung tidak hanya menyuguhkan penampilan pengisi acara saja tetapi Berbagai Panggung mampu menciptakan interaksi terhadap event yang diselenggarakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil Penelitian Busthomil Karim (2020). Hasil dari tersebut menunjukkan bahwa excitement berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan

bahwa Implementasi komunikasi pemasaran melalui event berbagi panggung dengan prinsip entertainment dijalankan oleh Berbagai Kopi Denpasar melalui adanya band-band atau artis baru yang setiap minggunya akan tampil berbeda-beda pada event Berbagai Panggung. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan pengunjung yang mengatakan bahwa hal tersebut yang membuat pengunjung tertarik untuk mengunjungi Berbagai Kopi Denpasar. Sedangkan Implementasi komunikasi pemasaran melalui event berbagi panggung dengan prinsip excitement dijalankan oleh Berbagai Kopi Denpasar melalui penampilan pengisi acara yang mampu menciptakan interaksi terhadap pengunjung yang datang. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan pengunjung bahwa kesan pengunjung terhadap pengisi acara yang tampil, pengunjung mendapat kesan yang berbeda karena dapat berinteraksi secara langsung dan pengalaman baru yang sulit untuk dilupakan. Hal itu yang membuat pengunjung terkesan untuk mengunjungi Berbagai Kopi Denpasar.

Implementasi komunikasi pemasaran melalui event berbagi panggung dengan prinsip enterprise dijalankan oleh Berbagai Kopi Denpasar sudah berhasil dilaksanakan hal ini dibuktikan dengan Berbagai Kopi Denpasar sudah berani mengundang pengisi acara yang mempunyai nama dikenal pengunjung, dan mampu memberikan ruang dan tempat agar pengisi acara tersebut tampil di panggung Berbagai Panggung, Pengunjung menyatakan bahwa pengunjung sebelumnya biasanya hanya mendengarkan atau menyaksikan event tersebut melalui audio atau media sosial saja tetapi pada event Berbagai Panggung pengunjung bisa menyaksikan dan mendengarkan langsung. Implementasi enterprise dalam event Berbagai Panggung mengenai kesiapan mengalami resiko yang akan terjadi seperti halnya resiko kendala cuaca maupun resiko, dari pengunjung itu sendiri dan pandemi covid-19 sudah dipikirkan pihak Berbagai Kopi Denpasar sehingga event Berbagai Panggung bisa dilaksanakan dan berjalan dengan baik.

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan untuk event Berbagai Panggung selanjutnya dapat dikembangkan dengan skala event yang lebih besar dan dapat mendatangkan artis- artis terkenal dalam pengisi acara event Berbagai Panggung serta dapat memperhatikan panggung untuk ruang dan gerak pengisi acara pada saat tampil, agar pengisi acara lebih bebas bergerak diatas panggung untuk berinteraksi dengan pengunjung dan mampu memperhatikan faktor resiko lain yang akan terjadi dalam pelaksanaan event selanjutnya, sehingga hal tersebut sudah diantisipasi agar event yang diadakan tetap bisa berjalan dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agus, Hermawan. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Any  
Noor. (2013). Manajemen Event. Bandung : Alfabeta.  
Budiharto, Widodo. (2014). Teori dan Implementasi. Edisi Revisi. Yogyakarta:  
Penerbit Andi.  
Christy, Yudhistira. (2016). Pengaruh Pertunjukan Live Music Terhadap  
Kepuasan Pengunjung di It's Coffee Espresso Bar Yogyakarta. Vol 5, No 1.

Hanin rafi izdihar, hendro aryanto. (2019). Perancangan promosi warkop ketan Surabaya:vol 7, no.3.

Lamb dalam Bob Sabran, (2014), Manajemen Pemasaran, Penerbit Erlangga.

Maulana, Ridwan. (2019). Pengaruh Pertunjukan Live Music Terhadap Loyalitas

Pelanggan di Cofenofe Bekasi Selatan. Jakarta,

Universit

as Bhayangkara Jakarta Raya.

Natoradjo, Sulyus. (2011). Event Organizing: Dasar-Dasar Event Management.

Suryani, Tatik. (2012). Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran.

Graha Ilmu. Yogyakarta.

Prof. Dr. Ir. Sugiarto, M. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Widiana, Muslicahah Erma. (2010). Manajemen Pemasaran.Bandung: Karya Putra Darwati.