



## Analisis Faktor Pemilihan Venue Panggung Budaya Taman Mini Indonesia Indah Pada Event Enhypen Encore Party

**Khania Fasha Salsabila**

*khaniafasha27@gmail.com*

Universitas Nasional

**Ulfi Maranisya**

*ulfimaranisya@civitas.unas.ac.id*

Universitas Nasional

Korespondensi penulis: *khaniafasha27@gmail.com*

**Abstrak.** *This study aims to determine the selection factors and strategy of Panggung Budaya as the selected venue for the ENHYPEN ENCORE PARTY event held at Taman Mini Indonesia Indah. This study uses a qualitative method by interviewing five informants from Taman Mini Indonesia Indah, and using the SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, and Results) analysis tool. The SOAR analysis tool can help describe and compare current capabilities with capabilities that are desired to be developed in the future, from both internal and external aspects. The results of the study show that the Panggung Budaya venue has advantages in terms of capacity, cost, capability and flexibility of use. However, challenges are still found in additional infrastructure for events outside concerts and festivals. With the right strategy, this venue can be a leading venue for more diverse events in the future.*

**Keywords:** *Driving Factors, Event, SOAR, Venue Criteria, Venue Selection*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor dan strategi venue Panggung Budaya sebagai venue terpilih pada event ENHYPEN ENCORE PARTY yang dilaksanakan di Taman Mini Indonesia Indah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai lima informan dari pihak Taman Mini Indonesia Indah, dan menggunakan alat analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, and Results). Alat analisis SOAR dapat membantu menggambarkan dan membandingkan kemampuan yang dimiliki pada saat ini, dengan kemampuan yang ingin dikembangkan di masa yang akan datang, dari aspek internal maupun eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa venue Panggung Budaya memiliki keunggulan dari segi kapasitas, biaya, kemampuan dan fleksibilitas penggunaan. Namun, tantangan masih ditemukan pada infrastruktur tambahan untuk event diluar konser dan festival. Dengan strategi yang tepat, venue ini dapat menjadi venue unggulan untuk event yang lebih beragam di masa mendatang

**Kata Kunci:** *Event, Faktor Pendorong, Kriteria Venue, Pemilihan Venue, SOAR*

### PENDAHULUAN

Taman Mini Indonesia Indah merupakan destinasi wisata yang memiliki rangkuman dari keberagaman budaya yang ada di Indonesia, alasan dibangunnya Taman Mini Indonesia Indah bertujuan untuk membangkitkan rasa nasionalisme masyarakat Indonesia. Dengan begitu *event* yang diadakan di Taman Mini Indonesia biasanya bertemakan kebudayaan Indonesia, tetapi seiring berjalannya waktu *event* yang diadakan di Taman Mini Indonesia Indah tidak hanya bertemakan kebudayaan Indonesia saja, tetapi juga berbagai macam acara budaya negara lain ataupun acara non-budaya.

Konser dan festival merupakan kegiatan yang banyak diminati oleh masyarakat pada saat ini. Saat melaksanakan suatu *event*, *venue* menjadi salah satu hal yang harus dipertimbangkan dengan baik karena pemilihan *venue* yang sesuai dengan kebutuhan *event* dapat menjadi kunci dari keberhasilan suatu acara dan dapat menciptakan kepuasan bagi pengunjung *event*.

Penelitian ini akan memberikan pemahaman mengenai hal apa saja dapat mempengaruhi pemilihan *venue* acara di masa yang akan datang dan juga strategi seperti apa yang dapat diterapkan agar dapat meningkatkan pendapatan Taman Mini Indonesia Indah. Maka penulis

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR PEMILIHAN *VENUE* PANGGUNG BUDAYA TAMAN MINI INDONESIA INDAH PADA *EVENT ENHYPEN ENCORE PARTY*”

## **KAJIAN TEORI**

### **Kriteria Venue**

(Abdullah & Rizkia, 2021) menyatakan pemilihan *venue* biasanya ditentukan berdasarkan faktor lokasi dan juga kesesuaian yang dibutuhkan oleh pengguna atau *event organizer*. Pada penelitian ini terdapat 2 standar kriteria *venue*, yaitu:

1. Lokasi
2. Infrastruktur Pendukung

### **Faktor Pendorong Pemilihan Venue**

Menurut (Silvers & OToole, 2020) terdapat faktor yang harus diperhatikan pada saat memilih suatu *venue*. Pada penelitian ini peneliti berfokus pada empat faktor yang ada, kriteria tersebut adalah:

1. Kapasitas (*capacity*)
2. Biaya (*cost*)
3. Kemampuan (*capability*)
4. Konfigurasi (*configurations*)

### **Strategi Peningkatan Pendapatan**

(Pebriana et al., 2019) menyatakan strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat oleh manajemen untuk diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam strategi untuk meningkatkan pendapatan 4 komponen, komponen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan (*purposes*)
2. Pengarahan (*directions*)
3. Tindakan (*actions*)
4. Belajar (*learning*)

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Pada penelitian ini terdapat lima informan dari pihak Taman Mini Indonesia Indah. Data dari hasil wawancara, observasi dan juga dokumentasi diolah menggunakan alat analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, and Results) bertujuan untuk menemukan strategi yang dapat dihasilkan dari wawancara yang dilakukan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Taman Mini Indonesia Indah**

Selain dijadikan sebagai destinasi wisata yang menunjukkan keberagaman nusantara, TMII juga memiliki *venue* di dalamnya, ada *venue* Joglo (Sasono Utomo, Sasono Langen Budoyo, Sasono Adiguno) Sasana Kriya yang biasanya digunakan untuk acara pernikahan. Teater Tanah Airku yang sering dijadikan sebagai *venue* pertunjukan kebudayaan, dan juga pertunjukan-pertunjukan besar lainnya. Ada juga beberapa *spot* di TMII yang dapat dijadikan sebagai *venue*, seperti Bale Panjang Museum Indonesia, Bale Bundar Museum Indonesia dan Soko Tujuh Museum Indonesia yang dijadikan sebagai *venue* untuk pertemuan alumni atau pertemuan keluarga.

Pada website resmi, TMII hanya mencantumkan 5 venue yang bisa disewakan, 5 venue tersebut adalah Sasono Utomo, Sasono Langen Budoyo, Bale Panjang Museum Indonesia, Bale Bundar Museum Indonesia dan Soko Tujuh Museum Indonesia. Untuk venue selain 5 venue tersebut calon penyewa harus menghubungi pihak TMII secara langsung.

**Data Pengunjung Taman Mini Indonesia Indah**

**Tabel 1 Tabel Data Kunjungan TMII**

| Tahun | Bulan     | Jumlah Pengunjung |
|-------|-----------|-------------------|
| 2023  | Agustus   | 101.098           |
|       | September | 56.089            |
|       | Oktober   | 89.277            |
|       | November  | 76.098            |
|       | Desember  | 90.897            |
| 2024  | Januari   | 101.237           |
|       | Februari  | 79.765            |
|       | Maret     | 35.027            |
|       | April     | 56.288            |
|       | Mei       | 35.658            |
|       | Juni      | 78.977            |
|       | Juli      | 241.867           |
|       | Agustus   | 267.789           |
|       | September | 245.897           |
|       | Oktober   | 198.866           |
|       | November  | 202.676           |
|       | Desember  | 250.678           |
| 2025  | Januari   | 193.678           |

Pengunjung Taman Mini Indonesia Indah sepanjang tahun 2024 sebanyak 1.794.725 orang dan pengunjung paling banyak pada tahun 2024 terjadi pada bulan agustus, dimana event ENHYPEN ENCORE PARTY dilaksanakan.



**Gambar 1 Grafik Pengunjung TMII Tahun 2024**

Pengunjung Taman Mini Indonesia terus meningkat setelah revitalisasi dan pemindahan kepemilikan setelah 44 Tahun dikelola oleh perusahaan swasta yaitu Yayasan Harapan Kita dan sekarang dipegang oleh Kementerian Kesekretariatan Negara.

**Venue-venue Taman Mini Indonesia Indah (TMII)**

- a. Venue Sasono Utomo

*Venue* Sasono Utomo merupakan venue *indoor* berkapasitas 1.000 (duduk) sampai dengan 2.000 (berdiri). Biaya sewanya Rp 45.000.000 (*weekdays*) dan Rp 60.000.000 (*weekend*). Durasi peminjamannya 4 jam. Memiliki fasilitas 3 kamar rias, dan juga kamar mandi

b. *Venue* Sasono Langen Budoyo

Sasono Langen Budoyo merupakan venue *indoor* berkapasitas 1.000 orang. Biaya sewanya Rp 30.000.000 (*weekdays & weekend*). Durasi peminjamannya 4 jam. Dan memiliki fasilitas panggung berukuran 9x11m, kamar ganti, dan kamar mandi

c. Bale Bundar Museum Indonesia

Bale Bundar Museum Indonesia terletak di pekarangan Museum Indonesia merupakan venue *outdoor*. berkapasitas sekitar 100 orang, dengan biaya sewa Rp 3.000.000. durasi peminjaman seharian penuh tidak dibatasi, dan juga tidak ada infrastruktur pendukung.

d. *Venue* Panggung Budaya

*Venue* Panggung Budaya dulunya merupakan Taman Ria Atmaja, kemudian berganti menjadi Panggung Budaya setelah direvitalisasi pada tahun 2022. *Venue* Panggung Budaya merupakan venue *outdoor*, memiliki luas 385m<sup>2</sup>, dengan kapasitas sekitar 1.500-5.000 orang, menyesuaikan jenis acara yang dilaksanakan. Dengan biaya sewa venue Rp 75.000.000. tetapi jika melakukan kerja sama biaya sewanya hanya sekitar Rp 4.000.000. infrastruktur pendukung juga dapat disediakan seperti panggung, proyeksi layar, *sound system*, SDM yang profesional, dll.

**Tabel 2 Perbandingan venue-venue Taman Mini Indonesia Indah**

| No. | Nama Venue                        | Jenis Venue | Harga (juta)  | Kapasitas                      | Durasi Peminjaman |
|-----|-----------------------------------|-------------|---|--------------------------------|-------------------|
| 1   | <i>Venue</i> Sasono Utomo         | Indoor      | Rp 45 ( <i>weekday</i> )<br>Rp 60 ( <i>weekend</i> )                          | 1000 (duduk)<br>2000 (berdiri) | 4 jam             |
| 2   | <i>Venue</i> Sasono Langen Budoyo | Indoor      | Rp 30 ( <i>weekday</i><br>dan <i>weekend</i> )                                | 1000 (duduk)                   | 4 jam             |
| 3   | Bale Bundar Museum Indonesia      | Outdoor     | Rp 3 ( <i>weekday</i> dan <i>weekend</i> )                                    | 100                            | Satu hari         |
| 4   | Panggung Budaya                   | Outdoor     | Rp 75 ( <i>weekday</i><br>dan <i>weekend</i> )<br>Rp 4 (melakukan kerja sama) | 1500 s/d 5000                  | H-1 s/d H+1       |

**ENHYPEN FATE+ THE CITY JAKARTA**

Grup asal *Be:lift Entertainmen* yaitu ENHYPEN melakukan konser tunggal pertama di Indonesia. Dalam merayakan kunjungan pertama kali konser FATE+ (*FATE PLUS*) mengadakan serangkaian acara yang berkolaborasi dengan *event organizer* Springboard yaitu FATE+ THE CITY JAKARTA yang berlangsung pada 9 s/d 25 Agustus 2024.

Berbagai macam kegiatan pada acara tersebut diantaranya *ENHYPEN NORAE BANG PARTY* yang dilaksanakan di pusat perbelanjaan Neo Soho Lt. 3A pada tanggal 9 Agustus 2024, *ENHYPEN RANDOM PLAY DANCE* di Pintu 6 (enam) Gelora Bung Karno pada tanggal 11 Agustus 2024, dan ditutup oleh kegiatan ENHYPEN ENCORE PARTY di Taman Mini Indonesia Indah.

a. ENHYPEN ENCORE PARTY

ENHYPEN ENCORE PARTY dilaksanakan di Taman Mini Indonesia Indah. Acara ini memiliki dua rangkaian acara yang dilaksanakan yaitu *noraebang party* yang dilaksanakan di venue Panggung Budaya dan pertunjukan *fountain show* yang dilangsungkan di Plaza Promenade.

Pada saat dilaksanakannya ENHYPEN ENCORE PARTY TMII mengalami lonjakan pengunjung sekitar 20% dari rata-rata kunjungan akhir pekan. *Noraebang Party* dilaksanakan pada salah satu *venue* yang ada di Taman Mini Indonesia Indah yaitu *venue* Panggung Budaya. *Event* ENHYPEN ENCORE PARTY menjadi sorotan hingga media internasional karena terdapat artikel yang diterbitkan oleh media Korea Selatan mengenai *event* tersebut.

### **Pembahasan**

#### **Kriteria *venue* yang dimiliki oleh *venue* Panggung Budaya.**

a. Lokasi

Aksesibilitas untuk sampai ke Taman Mini Indonesia mudah karena ada transportasi umum yang sudah terintegrasi dengan Taman Mini Indonesia Indah secara langsung. Lokasi *venue* Panggung Budaya juga termasuk ke dalam *venue* yang memiliki lokasi strategis karena berada di dalam TMII dan berada diantara istana anak dan danau Archipelago, aksesibilitas untuk sampai ke lokasi *venue* Panggung Budaya sangat mudah karena pihak Taman Mini Indonesia Indah sudah menyediakan angling (angkutan keliling) yang dapat digunakan oleh pengunjung secara gratis.

b. Infrastruktur Pendukung

Infrastruktur yang dimiliki oleh *venue* Panggung Budaya cukup memadai karena *venue* Panggung Budaya terdapat fasilitas prasarana seperti *changing room*, toilet dan area *check in*. kemudian fasilitas sarana seperti *power supply*, *generator*, meja, kursi, APAR, dan alat pertolongan pertama lainnya. Selain itu, pihak Taman Mini Indonesia Indah juga menyediakan *event coordinator* dan SDM terlatih yang dapat memantau jalannya acara dan juga membantu logistik untuk acara yang diadakan.

#### **Faktor pendorong yang menjadikan Panggung Budaya sebagai *venue* terpilih untuk *event* ENHYPEN ENCORE PARTY**

a. *Capacity* (Kapasitas)

*Venue* Panggung Budaya memiliki kapasitas sekitar 1.500-5.000 orang, pada *event* ENHYPEN ENCORE PARTY dimana pihak *Springboard* membatasi pengunjung yang bisa masuk ke area panggung hanya 1.750 orang, jadi dapat dikatakan *venue* Panggung Budaya dapat memenuhi faktor kapasitas untuk *event* ENHYPEN ENCORE PARTY.

b. *Cost* (Biaya)

Biaya untuk penyewaan *venue* Panggung Budaya sebesar Rp 75.000.000. tetapi jika berkolaborasi dengan TMII biaya *venue* Panggung Budaya menjadi Rp 4.000.000. dapat dikatakan faktor biaya menguntungkan pihak penyelenggara karena untuk mengikuti *event* ENHYPEN ENCORE PARTY tidak dikenakan biaya apapun selain tiket masuk ke TMII sebesar Rp 25.000.

c. *Capability* (Kemampuan)

Pada *event* ENHYPEN ENCORE PARTY pihak penyelenggara menggunakan panggung, *sound system*, dan proyeksi video.

d. *Configuration* (Konfigurasi).

TMII baru saja melakukan revitalisasi pada tahun 2023 awal menjadikan kondisi *venue* Panggung Budaya masih sangat bagus dan mumpuni, begitu juga dengan kondisi fasilitas pendukung yang disediakan. *Venue* Panggung Budaya merupakan *venue outdoor* bentuk dan design dari *venue* Panggung Budaya juga sangat cocok untuk *event* seperti konser, bazaar dan festival.

*Venue* Panggung Budaya merupakan *venue* yang fleksibel dan dapat menyesuaikan *layout* dengan kebutuhan acara yang akan diselenggarakan, bentuk bangunan *venue* Panggung Budaya memungkinkan *venue* tersebut untuk menyediakan area acara *noraebang party*, dan area foto terpisah dengan *stand food and beverages* pada event ENHYPEN ENCORE PARTY.

**Peran Faktor-faktor terhadap Pemilihan Venue**

(Silvers & OToole, 2020) menjelaskan bahwa pemilihan suatu *venue* termasuk kedalam suatu risiko dalam pelaksanaan suatu *event*, karena pemilihan suatu *venue* harus memenuhi kebutuhan *event* yang akan diselenggarakan. *Venue* Panggung Budaya dapat memenuhi kriteria *venue*, yaitu, memiliki lokasi yang strategis, dan untuk saat ini infrastruktur pendukung yang memadai untuk *event* seperti konser atau festival.

*Venue* Panggung Budaya juga sudah memenuhi 4 (empat) faktor pendorong pada penelitian ini, dalam *event* ENHYPEN ENCORE PARTY, yaitu Faktor Biaya yang menjadi faktor utama karena pada penelitian ini event organizer Springboar berkolaborasi dengan pihak Taman Mini Indonesia Indah sehingga biaya sewa *venue* Panggung Budaya turun menjadi Rp 4.000.000, kemudian diikuti oleh faktor Kapasitas dimana pihak *event organizer* Springboard membatasi kapasitas sebanyak 1.750 orang sedangkan *venue* Panggung Budaya berkapasitas hingga 5.000 orang, Kemampuan atau daya dukung yang ditawarkan juga sudah memenuhi kebutuhan *event* ENHYPEN ENCORE PARTY yaitu proyeksi layar, *sound system*, panggung dan juga area *fans* dan Konfigurasi dimana keadaan *venue* Panggung Budaya dapat dikatakan bagus karena baru dilakukan revitalisasi dan juga memiliki fleksibilitas dimana *layout* acara dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan *event*.

**Matriks SOAR Venue Panggung Budaya**

**Tabel 3 Matriks SOAR**

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | <p><b>Strengths (Kekuatan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Lokasi <i>venue</i> strategis dan dapat diakses dengan mudah</li> <li>SDM yang terlatih dan profesional</li> <li>Memiliki sarana dan prasarana yang memadai</li> <li>Operasional <i>event</i> yang efisien</li> </ol> | <p><b>Opportunities (Peluang)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memperluas jenis konsumen yang belum tersentuh.</li> <li>Melakukan kerja sama dengan <i>event organizer</i>.</li> <li>Kemajuan teknologi yang dapat membantu pengunjung.</li> </ol> |
| <p><b>Aspirations (Aspirasi)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menjadi <i>venue</i> pilihan yang berkualitas untuk berbagai acara</li> </ol> | <p><b>Strategi SA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memanfaatkan SDM profesional untuk bernegosiasi dan membangun kemitraan</li> </ol>   | <p><b>Strategi OA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan kerja sama dengan berbagai event organizer agar dapat menambah ragam acara</li> </ol>   |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>2. Membangun kemitraan yang kuat dengan berbagai pihak terkait</p> <p>3. Menjadi inspirasi bagi <i>venue</i> lain yang ada di Taman Mini Indonesia Indah dalam hal inovasi</p> | <p>dengan berbagai pihak di industri. (S2; A2)</p> <p>2. Mengedepankan ke-efisienan operasional <i>event</i> sehingga dapat dijadikan sebagai inspirasi oleh <i>venue</i> TMII yang lain (S4; A3)</p> | <p>yang dilaksanakan sehingga menjadikan <i>venue</i> Panggung Budaya sebagai <i>venue</i> pilihan yang berkualitas untuk berbagai acara (O2; A1)</p>   |
| <p><b>Results (Hasil)</b></p> <p>1. Meningkatkan jumlah kunjungan diatas 20%</p> <p>2. Menjalin kerja sama dengan minimal 3 perusahaan di industri <i>event</i>.</p>              | <p><b>Strategi SR</b></p> <p>1. Mengedepankan kemudahan aksesibilitas dan kelengkapan sarana dan agar dapat bekerja sama dengan perusahaan yang terkait dalam kegiatan <i>event</i>. (S1; S3; R2)</p> | <p><b>Strategi OR</b></p> <p>1. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran digital sehingga dapat mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan jumlah rata-rata kunjungan setiap minggu (O3; R1)</p> <p>2. Melakukan kerja sama dengan <i>event organizer</i> agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan (O2; R1)</p> |

Berdasarkan tabel matriks SOAR dapat dilihat terdapat enam strategi yang dihasilkan dengan mengedepankan kekuatan dan peluang pihak TMII, dimana strategi tersebut dapat diterapkan untuk memperluas jangkauan pasar dan juga meningkatkan jumlah pengunjung.

**Strategi pemanfaatan venue Panggung Budaya untuk meningkatkan pendapatan Taman Mini Indonesia Indah**

a. Tujuan (*purposes*)

Pihak Taman Mini Indonesia Indah melihat peluang untuk melaksanakan *event* serupa ENHYPEN ENCORE PARTY di masa mendatang. Keberhasilan dari *event* tersebut menjadi bukti bahwa *venue* Panggung Budaya dan TMII mampu mengakomodasi *event* serupa. Pihak TMII memiliki tujuan untuk menjadikan *venue* yang berada di TMII sebagai *venue* yang dapat digunakan untuk acara yang lebih beragam lagi.

b. Pengarahan (*directions*)

1) Melakukan Simulasi dan Pemodelan:

Menggunakan software simulasi crowd flow untuk mengidentifikasi titik-titik area padat pengunjung kemudian dilakukan penyesuaian *layout* acara secara digital sebelum diimplementasikan di lapangan.

2) Penataan Barrier dan Rute Evakuasi

Menata barrier, pintu masuk/keluar, dan rute evakuasi berdasarkan hasil simulasi dan masukan dari *event* sebelumnya agar alur pengunjung lebih terstruktur

3) Kolaborasi dengan Tim Keamanan dan Logistik

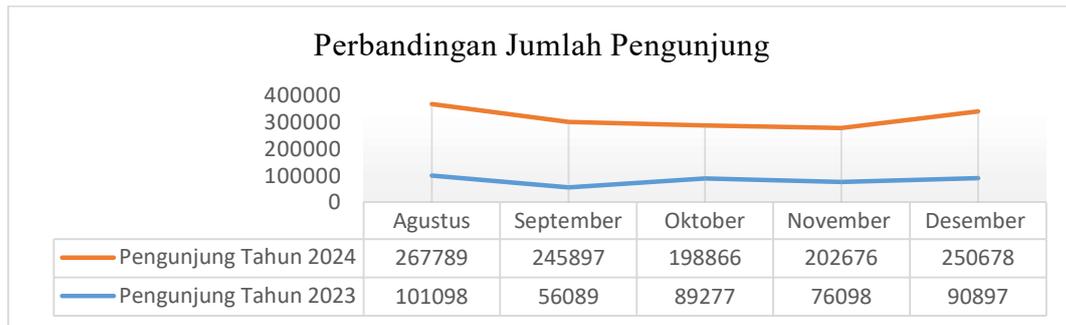
Berkoordinasi secara intensif dengan tim keamanan dan logistik untuk mengimplementasikan sistem penunjuk arah yang jelas serta petugas yang siap dan sigap membantu pengunjung.

c. Tindakan (*actions*)

Setelah keberhasilan *event* ENHYEPEN ENCORE PARTY, TMII kembali bekerja sama dengan *event organizer* lain dan menyelenggarakan *event* serupa ENHYEPEN ENCORE PARTY yaitu CARATs Having Fun dibawah *event organizer* CXO Media.

d. Belajar (*learning*)

*Event* serupa ENHYEPEN ENCORE PARTY dapat meningkatkan jumlah pengunjung TMII, pihak penyelenggara (*event organizer* dan TMII) memperluas *venue* acara.



**Gambar 2 Perbandingan Jumlah Pengunjung**

Pengunjung TMII meningkat jauh pada tahun 2024. Pada tahun tersebut jumlah pengunjung TMII terbanyak pada bulan Agustus, dimana pada bulan itu *event* ENHYEPEN ENCORE PARTY dilaksanakan. Dapat dikatakan *event* serupa seperti dapat meningkatkan pendapatan bagi TMII melalui penjualan tiket masuk. Penerapan strategi OR no. 2 pada matriks SOAR dapat dipertimbangkan untuk diterapkan, karena *event* serupa sudah memiliki pasar yang akan dituju, dengan begitu TMII dapat memperluas jenis konsumen, menjalin kerja sama dengan perusahaan di industri *event*, dan meningkatkan jumlah pendapatan TMII itu sendiri

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penjelasan pada bab sebelumnya, penelitian mengenai "Analisis Faktor Pemilihan Venue Panggung Budaya Taman Mini Indonesia Indah Pada Event Enhypen Encore Party" dapat disimpulkan sebagai berikut: Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa venue Panggung Budaya merupakan venue yang dapat memenuhi faktor-faktor kriteria venue, yaitu, memiliki lokasi yang strategis, infrastruktur pendukung yang memadai. Tetapi dapat dikatakan juga bahwa sarana dan prasana yang dimiliki venue Panggung Budaya untuk saat ini hanya memadai untuk event seperti konser, bazaar, dan festival. Venue Panggung Budaya juga sudah memenuhi empat faktor pendorong terhadap pemilihan venue yang ada pada penelitian ini yaitu faktor Biaya, Kapasitas, Kemampuan dan Konfigurasi. Memilih sebuah venue harus mempertimbangkan banyak faktor karena venue yang tepat dapat menjadi kunci dari kesuksesan sebuah acara, jika penyelenggara melaksanakan sebuah event tanpa mempertimbangkan faktor-faktor yang ada hal tersebut dapat menciptakan pengalaman yang buruk bagi para peserta dan juga pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, S. S., & Rizkia, F. (2021). Model of Decision Support Method with SMART According to Choosing Venue. *Journal of Physics: Conference Series*, 1764(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1764/1/012064>

- BMW. (2024, November 3). *Ini 5 Standar Wajib untuk Venue MICE, Jangan Sampai Terlewat!* isupariwisata.com. <https://isupariwisata.com/mice/ini-5-standar-wajib-untuk-venue-mice-jangan-sampai-terlewat/>
- Dewidianto, R., Putri Ayu Ningsih, C., & Manalullaili. (2024). Peran Komunikasi Organisasi dalam Event Organizer (Studi pada Event Organizer Soundtrack Indonesia Kota Palembang). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1, 1–10. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.277>
- Fitri. (2019). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN VENUE PAMERAN OLEH EVENT ORGANIZER DIKOTA MEDAN.*
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; Vol. 1). Pustaka Ilmu.
- Heryana, A. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan.*
- Hwang, H. (2024, September 9). *Jakarta Dirubah Menjadi 'Kota ENHYPEN' 14,000 Orang Menari dan Bernyanyi.* [https://m.newsen.com/news\\_view.php?uid=202409091006200410&r=1](https://m.newsen.com/news_view.php?uid=202409091006200410&r=1)
- Maranisya, U., & Sharen, N. (2023). Analisis Promosi Event Budaya Pasola Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Sumba Barat. *SIWAYANG JOURNAL | VOLUME*, 2(2). <https://doi.org/10.54443/siwayang.v2i2.1340>
- Masruroh, R., & Nurhayati, N. (t.t.). *Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan.*
- Muarif, A., Syarifudin, A., & Hamandia, M. R. (2024). Analisis Faktor Keberhasilan Event Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia). Dalam *Journal of Business and Halal Industry* (Vol. 1). <https://economics.pubmedia.id/index.php/jbhi>
- Parantika, A., & Faturrahman, K. (2017). Analisis Strategi “SOAR” Dalam Mengantisipasi Tingkat Hunian Kamar Hote Sebagai Dampak Pembangunan MRT Jakarta Selatan. Dalam *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* (Vol. 3, Nomor 1).
- Pebriana, F., Mulyawan, R., & Sutrisno, B. (2019). *Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.*
- Renaldo, J. (2023, Juli 25). *Event Organizer (EO): Apa Itu, Tanggung Jawab, Jenis, Skill, & Gaji.* <https://glints.com/id/lowongan/event-organizer-adalah/>
- Sari, N. C., & Maranisya, U. (2023). The Influence of Event Marketing and Product Quality on The Decision to Visit The Event The Sounds Project 2022. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.37484/jmph.070101>
- Silvers, R., & OToole, W. (2020). *Risk Management for Events; Second Edition.* <https://www.routledge.com/Events->
- XOEO. (2024). *Venue Acara: Pengertian, Ragam, dan Panduan Pemilihan yang Tepat.* <https://www.xoeoindonesia.com/post/venue-acara-pengertian-ragam-dan-panduan-pemilihan-yang-tepat>