

## RINGKASAN

**REGIANA FEBRIANI ANUGRAH PUTRI. J3B917153.** Pengembangan Program *MICE (Meeting Incentive Convention Exhibition)* di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat. *MICE (Meeting Incentive Convention Exhibition) Program Development in Bandung City, West Java Province.* Dibimbing oleh **BEDI MULYANA, S.Hut, M.Par, MMCAP.**

Kegiatan Tugas Akhir dilaksanakan di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Waktu pelaksanaan yaitu pada tanggal 17 Februari 2020 hingga 31 Mei 2020. Kota Bandung sebagai salah satu kota tujuan *MICE* di Indonesia, Kota Bandung sudah memiliki Sumberdaya *MICE* dan atribut destinasi yang dapat dikembangkan. Perluadakannya pengembangan program *MICE* Kota Bandung dari sumberdaya yang tersedia sehingga dapat menghasilkan beberapa program yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Pengembangan program *MICE* di Kota Bandung memiliki tujuan yaitu:

1. Mengidentifikasi dan menginventarisasi potensi sumberdaya kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
2. Mempelajari dan mengkaji persepsi dan kesiapan para pengelola destinasi dalam pengembangan kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
3. Mempelajari dan mengkaji motivasi, persepsi dan kepuasan peserta dalam pengembangan kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
4. Mempelajari dan mengkaji persepsi masyarakat dalam pengembangan kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
5. Merancang program kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
6. Merancang *output* berupa media visual dan audio-visual.

Metode yang digunakan dalam pengambilan data sumberdaya *MICE* yaitu dengan studi literatur, wawancara dan observasi lapang sedangkan teknik yang digunakan yaitu *snowball sampling*. Metode yang digunakan pada pengambilan data sumberdaya manusia yaitu Studi literatur, wawancara, observasi & kuesioner yang bersifat tertutup (*close ended*). Teknik pengambilan sampel yaitu berupa *accidental sampling* terhadap 6 responden pengelola. Teknik yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah *purposive sampling* untuk kategori peserta dan *accidental sampling* untuk masyarakat. Pertanyaan menggunakan skala 1 sampai 7 (Avenzora, 2008) dengan pengambilan kuesioner yang dilakukan terhadap 30 responden. Jumlah responden tersebut dianggap mewakili dari populasi yang ada (Ridwan, 2004). *output* yang dihasilkan yaitu berupa *booklet* dan video promosi wisata yang menggambarkan sumber daya *MICE* dan referensi program *MICE* di Kota Bandung.

Sumberdaya *MICE* di Kota Bandung terbagi menjadi 6 jenis yaitu *venue*, atraksi, akomodasi, aksesibilitas, ansilaris dan amenitas. Terdapat 5 *venue* unggulan, 6 atraksi wisata unggulan, 6 akomodasi unggulan, 4 jenis akomodasi, 4 *stakeholders* ansilaris dan 10 ansilaris unggulan yang terdapat di Kota Bandung sebagai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.





Sumberdaya *MICE*. Penilaian persepsi pengelola menyetujui adanya pengembangan kegiatan *MICE*, kedatangan dan penyambutan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Kota Bandung. Pengelola juga siap akan peningkatan etika pelayanan kepada pengunjung serta perhatian terhadap kebersihan. Penilaian tertinggi dari sumberdaya wisata unggulan adalah Kawasan Asia-Afrika dan Kawasan Dago. Motivasi utama peserta melakukan kunjungan adalah motivasi fisik dan budaya. Preferensi tertinggi dari peserta yaitu akomodasi. Kepuasan tertinggi pada kegiatan *MICE* yang pernah dilakukan peserta adalah kepuasan terhadap *venue* dan pelayanan yang diberikan oleh petugas kepada peserta. Tanggapan terhadap atraksi dan amenitas wisata di Kota Bandung sudah baik. Masyarakat Kota Bandung juga setuju dengan datangnya wisatawan lokal maupun mancanegara untuk melakukan kegiatan *MICE* di Kota Bandung. Pengembangan program *MICE* di Kota Bandung menghasilkan 4 program yang dirancang. Program tersebut diantaranya adalah program *New Normal Meeting*, Bandung Haneteun untuk program *incentive*, *UNESCO Creative Cities Network Conference* dan *Heritage Bandung Exhibition*. Rancangan media promosi yang digunakan dalam mempromosikan kegiatan *MICE Tourism* di Kota Bandung dengan membuat rancangan dalam bentuk visual dan audio visual. Bentuk visual media promosi membuat rancangan berupa *booklet* dan rancangan media promosi audio visual berupa video promosi *MICE Tourism*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.