

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kememparekraf (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) merupakan Kementerian yang terbentuk dari penggabungan antara Kementerian Pariwisata dan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). Kememparekraf berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Kememparekraf dipimpin oleh Menteri Sandiaga Salahuddin Uno sejak tanggal 23 Desember 2020 dan Wakil Menteri Angela Tanoesoedibjo sejak 25 Oktober 2019.

Berdasarkan deputi yang ada di Kememparekraf yaitu memiliki salah satu deputi MICE. MICE (*Meeting, Incentives, Conventions and Exhibitions*) merupakan salah satu pendorong utama pengembangan Pariwisata dan juga penghasil pendapatan yang penting bagi masyarakat lokal, menciptakan lapangan pekerjaan dan pendorong berkembangnya investasi asing. Deputi MICE juga memegang pelaksanaan *Event* yang akan dilaksanakan. *Event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk melaksanakan hal yang sangat penting sepanjang hidup manusia baik secara individu maupun kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu saja (Noor, 2009).

Berdasarkan kalender *Event* Internasional pada bulan Desember 2022 lalu, Indonesia mempunyai jadwal *Event* yang sangat besar yaitu G20 yang dilaksanakan di Nusa Dua Bali. Rangkaian acara G20 tersebut dihadiri oleh 19 kepala negara, kepala negara yang hadir juga didampingi oleh pasangan kepala Negara masing-masing yang disebut dengan *Spouse Program*.

G20 merupakan forum kerja sama multilateral yang terdiri dari 19 negara utama dan Uni Eropa (EU). Di dalam kegiatan ini terdapat pula *Spouse Program* atau program untuk pasangan para kepala Negara yang menghadiri KTT G20, Tujuan dari *Spouse program* yaitu memperkenalkan kekayaan dan keanekaragaman budaya Indonesia dari Aceh hingga ke Papua.

Spouse Program KTT G20 merupakan salah satu rangkaian acara yang ada di dalam G20, yaitu kegiatan para pasangan kepala Negara yang ikut hadir didalam kegiatan G20 tersebut yang dilaksanakan di Nusa Dua Bali. *Spouse Program* KTT G20 ini memiliki rangkaian acara sendiri di luar rangkaian G20, dan Deputi MICE Kemenparekraf yang telah dipercaya untuk menjadi PIC di acara *Spouse Program* tersebut. Melalui *Spouse program* ini Indonesia memiliki banyak kesempatan untuk mengekspos daya tarik wisata. Bukan semata-mata keramah tamahan sebagai tuan rumah penyelenggara, namun sebagai cara mempromosikan destinasi pariwisata Indonesia baik leisure maupun MICE yang murah dan efektif.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memutuskan untuk mengambil judul “Prosedur Penanganan Kegiatan *Spouse Program* sebagai *Social Event* dalam Rangkaian KTT G20 Indonesia Tahun 2022” dan membahas mulai dari persiapan sampai setelah kegiatan berlangsung, agar para pembaca paham tentang kegiatan *Spouse Program* KTT G20 Tahun 2022 yang dilaksanakan di Nusa Dua Bali Tersebut.

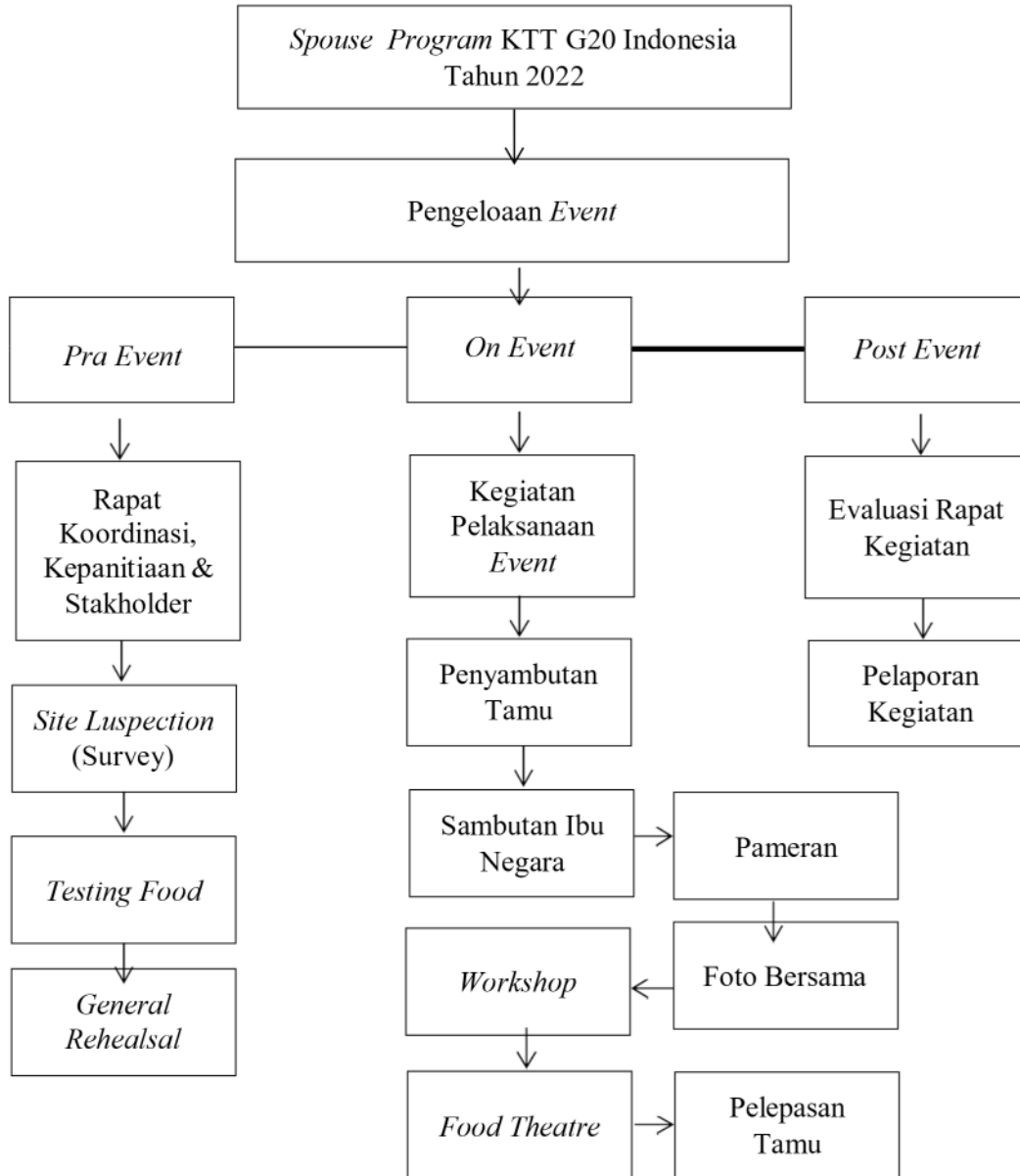
1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah :

1. Mendeskripsikan tahapan rangkaian dalam kegiatan *Spouse Program* KTT G20 Indonesia Tahun 2022.
2. Mendeskripsikan pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan *Spouse Program* KTT G20 Indonesia Tahun 2022 yang dilaksanakan di Nusa Dua Bali.

1.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran pada tulisan ini tentang bagaimana tahapan persiapan kegiatan dan juga siapa saja yang terlibat didalam kegiatan rangkaian *Spouse Program* KTT G20 2022 di Bali.



Gambar Kerangka Pemikiran

1.4 Kontribusi

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantara lain:

1. Politeknik Negeri Lampung
Sebagai Sumber Informasi dan Referensi bacaan untuk kebutuhan Akademisi dalam bidang MICE.
2. Kemenparekraf RI
Sebagai bahan masukan untuk kegiatan Spouse Program KTT G20 Indonesia tahun 2022 dan sebagai arsip laporan bagi Kemenparekraf RI.
3. Bagi Pembaca
Tugas akhir ini dapat dijadikan referensi bagi pembaca untuk mengetahui, memahami, dan mampu mengimplementasikan tentang Spouse Program KTT G20 Indonesia tahun 2022 .
4. Bagi Penulis
Tugas akhir ini dapat menjadi media pengembangan diri untuk menambah pemahaman serta wawasan penulis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Industri Pariwisata

Industri Pariwisata adalah sekelompok bidang usaha baik berupa barang dan jasa yang diperlukan oleh para pelaku wisata dan diperuntukan untuk para wisatawan. Dalam industri pariwisata tentunya banyak ditemui segala aktivitas usaha pariwisata adalah usaha yang menggunakan penyediaan barang dan jasa sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan perjalanan wisata (Rulloh,2017). Sedangkan menurut Undang-undang No.10 Tahun 2009 pasal 1 ayat 9 tentang Kepariwisata Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Dalam industri pariwisata orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata disebut pengusaha pariwisata, usaha pariwisata merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan kegiatan wisata sehingga tanpa keberadaannya pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik. Berikut ciri-ciri Industri Pariwisata menurut (Yoeti, 2008)

- a) *Service Industry*. Perusahaan yang tercantum dalam industri pariwisata merupakan perusahaan jasa (*service industry*) yang masing-masing bekerjasama menghasilkan produk (*goods and services*) untuk kebutuhan wisatawan.
- b) *Labor Intensive*. Dapat menyerap banyak tenaga kerja.
- c) *Capital Intensive*. Diperlukan modal yang cukup besar dalam pembangunan sarana dan prasarana industri pariwisata, meskipun memerlukan jangka waktu cukup lama.
- d) *Sensitive*. Kegiatan pariwisata sangat peka terhadap isu keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortably*).
- e) *Seasonal*. Kegiatan pariwisata dipengaruhi oleh waktu luang para wisatawan, misalnya: liburan kerja atau libur hari raya.

- f) *Quick Ye lling Industry*. Dalam kegiatan pariwisata keberadaan wisatawan asing membantu pertukaran mata uang. Pemasukan devisa (*foreign- exchange*) dapat diperoleh saat wisatawan berkunjung ke negara lain dan akan lebih cepat dibandingkan kegiatan ekspor yang dilakukan secara konvensional.

a) Pengaruh dalam Industri Pariwisata

Menurut Yakup (2019) Ada beberapa hal menyebabkan industri pariwisata berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, yaitu:

1. Industri Pariwisata merupakan sumber devisa dalam memperoleh barang modal yang dapat digunakan dalam proses produksi.
2. Pariwisata mendorong investasi di bidang infrastruktur.
3. Pariwisata mengakselerasi pengembangan sektor ekonomi lain.
4. Pariwisata berkontribusi dalam mengurangi pengangguran, penciptaan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat.
5. Pariwisata menciptakan skala ekonomi positif (*positive economies of scale*).
6. Mendorong penyebaran pengetahuan teknis. Ketujuh, mendorong akumulasi modal manusia.

b) Faktor Industri Pariwisata

Menurut Yakup (2019), Pariwisata sebagai sektor pembangunan yang meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu wilayah menjadikan industri ini sebagai aset strategis dalam meningkatkan dan mengakselerasi pembangunan suatu wilayah baik memiliki potensi objek wisata maupun tidak memiliki potensi objek wisata. Penyebabnya dikarenakan industri pariwisata memiliki tiga faktor pengaruh utama antara lain :

1. Aspek ekonomi, yaitu sebagai sumber devisa serta pajak.
2. Aspek sosial, sebagai pencipta lapangan kerja.
3. Aspek budaya.

Menurut Badrudin (2009) Mata rantai atau factor yang mempengaruhi industri pariwisata yang berupa hotel atau penginapan, restoran atau jasa boga, usaha wisata (obyek wisata, souvenir, dan Hiburan), dan usaha perjalanan wisata (travel agent atau pemandu wisata) dapat menjadi sumber penerimaan daerah yang berupa pajak daerah, retribusi daerah, laba BUMD, pajak dan bukan pajak.

2.2 MICE

Menurut Getz (2016) MICE (meeting, incentive, convention, dan exhibition) merupakan salah satu tourism event dengan tipe bussiness (bisnis). Industri MICE merupakan salah satu segmen dengan pertumbuhan tercepat dalam industri pariwisata yang menghasilkan jutaan pendapatan suatu kota maupun negara di dunia.

2.2.1 Meetings

Meeting merupakan istilah bahasa inggris yang berarti rapat, pertemuan atau persidangan, *meeting* merupakan suatu kegiatan yang termasuk di dalam MICE. Menurut Kesrul (2004), meeting merupakan suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh sekelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan sumber daya manusia, menggalang kerjasama anggota dan pengurus, menyebarluaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.

Dampak adanya kegiatan MICE menurut Indrajaya (2015) merupakan rangkaian ekonomi yang dapat menjadi sangat berantai, menguntungkan, dan dapat dirasakan oleh banyak pihak, oleh karena itulah yang menjadikan tingkat pertumbuhan para pengusaha penyelenggara MICE bermunculan sehingga industri MICE dianggap sebagai industri masa kini yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis.

A. Definisi Meeting Planner

Profesi dalam *Event Organization* yang terpenting adalah *meeting planner*, yaitu orang yang berperan merencanakan, mengelola, menyelenggarakan, dan mengevaluasi suatu kegiatan yang berkaitan dengan *meeting, conventions,*

congress, conference, exhibition, dan incentive tour/trip. Meeting planner ini juga merupakan pengambil keputusan bagi sebuah perusahaan dalam menentukan *venue meeting* atau biasa lebih dikenal dengan *decision maker* (Kesrul, 2004).

Menurut Kesrul (2004) pengelompokan *meeting* yaitu berdasarkan letak geografis dan tujuan pertemuan Asosiasi/Perusahaan. Untuk lebih lengkapnya akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Berdasarkan Letak Geografis

- 1) *Local Meetings* yaitu pertemuan yang akan diselenggarakan oleh beberapa kelompok kecil yang potensial. Kelompok tersebut dapat saja sebagai kelompok mandiri yang mempunyai beberapa organisasi dengan mengikuti pedoman kerja, tetapi bersifat lokal, yaitu untuk keperluan memajukan masyarakat lokal itu sendiri.
- 2) *State Meetings* adalah pertemuan yang lebih besar dari pertemuan lokal. Seperti halnya konvensi daerah juga merupakan suatu konvensi yang akan diselenggarakan oleh instansi pemerintah daerah atau suatu organisasi swasta yang mandiri dengan pedoman kerja yang sudah ada dengan kegiatan usaha yang ditujukan untuk memajukan daerah setempat.
- 3) *Regional Meetings* merupakan kegiatan penyelenggaraan konvensi yang lebih besar dari konvensi-konvensi diatas. Konvensi Nasional ini diselenggarakan oleh instansi pemerintah, swasta, atau bersama-sama dengan pemerintah swasta. Kegiatan ini membuat karakteristik yang berbeda karena konvensi diatas menyangkut program pertemuan yang lebih luas, membutuhkan staff yang lebih banyak, peralatan fasilitas yang harus lebih lengkap dan logistic yang sangat berlipat ganda.
- 4) *National Meetings* pada dasarnya yaitu letak geografis Negara- negara tetangga yang sepakat untuk membentuk wilayah kepentingan bersama dalam suatu hal. Contohnya Negara di Eropa bersepakat untuk membentuk Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) dan di kawasan di Asia Tenggara membuat ASEAN (*Association of South Eash Asian National*).

- 5) *International Meetings* memiliki sifat yaitu mengglobal, konvensi ini cakupannya mencapai Internasional diantaranya Negara- negara yang terletak di peta bumi kita ini.
- 6) *Offshore Meetings* adalah pertemuan yang akan dihadiri oleh para anggota dari suatu Asosiasi dari suatu Negara yang akan dilaksanakan di Negara lainnya.

b. Berdasarkan Tujuan Pertemuan Asosiasi/Perusahaan

- 1) *Clinic* merupakan pertemuan dalam sekelompok kecil yang secara umum pesertanya mendapatkan pelatihan dari salah satu materi/permasalahan yang ada.
- 2) *Colloquium* adalah sebuah acara pertemuan yang dimana peserta duduk bersama untuk membicarakan suatu permasalahan. Pertemuan itu dihadiri kurang dari 35 peserta.
- 3) *Corporate Meetings* yaitu sebuah pertemuan periodic dari suatu top manajemen guna halnya untuk mendiskusikan kebijakan manajemen dan operasional yang ada.

c. Fungsi Meetings

Menurut Purwatianingsih, Pangemanan, & Gamaliel (2018) fungsi dari *meetings* adalah untuk memecahkan atau mencari jalan keluar suatu masalah atau kendala yang sedang dihadapi perusahaan. Kendala adalah segala hal yang dapat menghambat perusahaan dalam melakukan kegiatan. Selain itu fungsi *meetings* juga untuk menyampaikan informasi, perintah, pernyataan. *Meetings* juga sebagai alat koordinasi yang baik antara panitia dengan perusahaan /organisasi yang menyelenggarakan Event tersebut untuk menampung semua permasalahan dari arus bawah (para peserta), dan juga untuk sarana negosiasi.

2.2.2 Incentive

Incentive atau perjalanan merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha. Menurut Kesrul (2004), bahwa *Incentive* merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata atau barang.

2.2.3 Convention

Convention merupakan suatu pertemuan dari beberapa orang yang membahas beberapa masalah atau untuk saling bertukar pikiran, pandangan dan informasi hal-hal umum yang menarik kepada kelompok lain. Menurut Kesrul (2004). Sedangkan menurut UNWT (2016) *Convention* merupakan pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, profesional dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama dan biasanya dalam jumlah peserta yang besar

2.2.4 Exhibition

Menurut UNWTO (2016) *Exhibition* merupakan suatu bentuk kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, mempromosikan dan menyebarkan informasi hasil produksi barang/jasa maupun informasi visual di suatu tempat tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk disaksikan secara langsung oleh masyarakat untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar dan mencari hubungan dagang.

2.3 Event

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal yang sangat penting sepanjang hidup manusia baik secara individu maupun kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu saja (Noor, 2009).

2.3.1 Tahapan *Event*

Menurut Adpro Indonesia (2008) Tahapan *Event* dibagi menjadi 3 tahapan yaitu sebagai berikut:

1. *Pra Event*

Pra Event merupakan penentu kelancaran operasional saat *event* berlangsung. Kesuksesan *event* berawal dari perencanaan dan persiapan *event*. Keberhasilan sebuah *event* sangat bergantung pada persiapan menghadapi *event* tersebut. Bahkan kesuksesan sebuah *event* dapat diprediksi dari faktor kesiapan ini. Persiapan bisa dimulai dari membentuk teamwork plus tugas masing-masing personal.

Tahapan dalam tahap ini bisa saja terdiri dari :

- 1) Menerjemahkan ide menjadi sebuah konsep
- 2) Pembentukan tim dan pembagian kerja/tugas masing-masing
- 3) Penyusunan konsep kreatif, budgeting, rundown, talent, artistik & desain
- 4) Penentuan/survey/observasi tempat, perlengkapan, akomodasi, konsumsi, transportasi, dokumentasi, target pasar, audience dan lain-lain.
- 5) Produksi material promosi, publikasi, dan sosialisasi *event* penyelesaian administrasi, kontrak, perijinan, tempat, dan ticketing.

Menurut Noor (2013) bahwa dalam merencanakan event memiliki banyak keuntungan, termasuk didalamnya koordinasi yang baik antara anggota panitia tetap berfokus pada ide yang ditampilkan, berfikir kedepan sebagai alat kontrol yang efektif untuk kemajuan pelaksanaan *event*. Koornidasi yang baik dengan melakukan rapat rutin sebelum diselenggarakan *event* dan koordinasi antara panitia saat pelaksanaan *event* dengan saling memberikan informasi dari situasi yang terjadi.

2. *On Event*

Dalam tahapan *On Event* ini sebuah kinerja akan dilihat dan diamati oleh banyak pihak. Koordinasi antar bagian harus efektif dan efisien, hal ini bisa didukung dengan persiapan pada Pra Produksi yang matang, kadangkala apa

yang direncanakan dalam *Pra Event* seringkali berbeda dengan apa yang dihadapi. kepekaan dalam improvisasi serta koordinasi itu sangat penting.

Keberhasilan *event* ini bisa saja diukur dari :

- 1) Kesiapan semua talent dan pengisi acara
- 2) Kesiapan perlengkapan dan *property* penunjang
- 3) Kesiapan pengamanan dan keamanan
- 4) Kesiapan semua kru, seperti : *show director, stage manager, stage crew, runner, sound engineer, lightingman* dan bagian-bagian yang lain.
- 5) *Running event* digelar sesuai rundown
- 6) Respon *audience* dan atau *impact* yang didapat
- 7) Sesuainlah dengan tujuan dan target yang telah ditetapkan

3. *Post Event*

Tahap *Post Event* ini adalah tahap dimana panitia mempertanggung jawabkan pekerjaannya secara tertulis. Pekerjaan apa saja yang menjadi tanggung jawab itu dilaporkan terhadap pihak-pihak yang terkait disertai evaluasi dan dilengkapi dokumentasi, apapun dan bagaimanapun sebuah event itu berjalan, apakah sukses atau gagal tetap harus dipertanggungjawabkan.

Aktivitas dalam fase ini bisa saja meliputi :

- 1) Evaluasi *event*
- 2) Penyusunan laporan
- 3) Pengajuan *invoice*

2.3.2 Kategori Event

Kategori Event terbagi menjadi 4 kategori/unsur yaitu:

1. *Special Event*, merupakan pelaksanaan kegiatan yang sangat besar dan juga kompleks.
2. *Leisure Event*, merupakan event yang berupa pertandingan olahraga yang mengandung unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung pada event itu sendiri.
3. *Personal Event*, adalah segala bentuk kegiatan yang terlibat dalam

anggota keluarga atau teman. Aspek kegiatannya seperti perayaan yang menjadi suatu bagian kompleks terhadap event tersebut.

4. *Cultural Event*, adalah Event yang selalu identic dengan budaya, upacara adat dan tradisi yang memiliki nilai sosial yang tinggi.

5. Organisasi *National Event*, merupakan event besar pada setiap organisasi, yaitu event yang diselenggarakan sesuai dengan tujuan organisasi seperti konferensi yang dilakukan oleh organisasi, partai politik yang berupa eksibisi yang diselenggarakan oleh perusahaan, Shone dan Parry (Noor 2013).

Jadi pada kategori *event* ini kegiatan Spouse Program KTT G20 Indonesia masuk dalam kategori *Special Event*, *Cultural Event*, dan Organisasi *National Event* karena kegiatan ini merupakan pelaksanaan kegiatan yang sangat besar dan juga kompleks yang diselenggarakan sesuai dengan tujuan organisasi seperti konferensi yang dilakukan oleh organisasi, partai politik yang berupa eksibisi yang diselenggarakan oleh perusahaan dan Negara yang mengusung budaya, upacara adat dan tradisi.

2.3.3 Karakteristik *Event*

Menurut Noor (2013), “*Event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan event harus memiliki ciri tersendiri, karakteristik event sendiri yaitu:”

1. Keunikan
2. *Perishability*
3. *Intangibility*
4. Suasana dan pelayanan
5. Interaksi Personal

2.3.4 Jenis *Event*

Menurut Noor (2013) Event dibagi dalam beberapa jenis yaitu:

1. Mega Event

Mega event merupakan *event* yang sangat besar dan memberikan dampak ekonomi yang amat sangat besar pada penyelenggara, dan

diinformasikan serta diliput oleh tayangan di berbagai media.

2. *Hallmark Event*

Hallmark event identik dengan karakter dari suatu wilayah seperti kota atau daerah di suatu tempat. Tujuan *Hallmark* untuk mendatangkan banyak pengunjung ke kota tujuan.

3. *Major Event*

Major event adalah event yang mampu menarik media untuk meliput, menarik jumlah pengunjung yang sangat besar untuk menghadiri event, dan memberikan dampak positif peningkatan ekonomi secara signifikan.

4. *Cultural Event*

Cultural event adalah kegiatan yang dilaksanakan dengan tujuan menunjukkan hasil seni atau penampilan kesenian suatu kota atau daerah dengan menarik dan juga banyak pengunjung. *Event* ini mencakup acara kebudayaan yang mencakup *Major event*.

5. *Event Bisnis*

Event Bisnis yaitu terdiri dari kegiatan yang sering dilakukan oleh perusahaan atau instansi pemerintah, ciri dari event ini yaitu adanya peningkatan pendapatan pada perusahaan atau daerah.

6. MICE

MICE merupakan salah satu event bisnis dan MICE merupakan (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) dimana keempat kategori tersebut mencakup bisnis suatu perusahaan atau organisasi yang akan ada dampaknya yaitu meningkatkan penghasilan perusahaan.

7. *Sport Event*

Sport event adalah jenis kegiatan keolahragaan yang mencakup luas dengan beberapa tingkatan dan skala, mulai dari tingkat regional sampai internasional.

8. Festival

Festival merupakan *event* yang sangat khas dengan budaya dalam masyarakat. Festival merupakan *event* yang dimiliki oleh sekelompok orang yang mengusung kekuatan khusus, spirit, pengetahuan dan peningkatan adat kekeluargaan.

9. Personal *Event*

Personal *event* merupakan *event* yang diselenggarakan untuk kepentingan pribadi, misalnya penyelenggaraan reuni keluarga, arisan, pesta ulang tahun, resepsi sunatan, atau pesta pernikahan.

Jadi, Social Event dalam kegiatan ini masuk kedalam jenis Event yaitu Mega Event, karena Mega Event merupakan event besar yang memberikan dampak ekonomi yang sangat besar pada penyelenggara, dan diliput serta ditayangkan oleh berbagai macam media.

2.4 *Liaison Officer* (LO)

Menurut Subono (2011), *Liaison Officer* yaitu orang yang mempunyai tugas sebagai penghubung dan komunikator dengan orang yang didampinginya pada sebuah acara yang dibuat oleh Instansi Pemerintah atau *Event Organizer* (EO) atau yang lainnya. Manfaat *Liaison Officer* adalah untuk menciptakan pemanfaatan terbaik sebuah sumber daya atau jasa suatu lembaga dengan lembaga lainnya.

Kompetensi dan Keterampilan yang dibutuhkan *Liaison Officer* yaitu:

- 1) Motivasi diri dan Kepribadian yang Efisien, Kreatif dan Antusias.
- 2) Karakter yang Baik, seperti Suka Menolong, Tulus dan Rendah Hati, Disiplin, dan Dapat dipercaya.
- 3) Bagus dalam Komunikasi dari Lisan maupun Tulisan dan Bahasa Asing yang aktif.
- 4) Keterampilan manajemen waktu dan organisasi (Memprioritaskan dan Menjaga Garis Waktu).

2.5 G20

Menurut Dahlan (2022) G20 yaitu sebuah forum yang bekerja sama dengan ekonomi Internasional yang beranggotakan Negara yang perekonomiannya besar di dunia terdiri dari 19 negara dan 1 lembaga Uni Eropa. Anggota G20 terdiri dari Afrika Selatan, Amerika Serikat, Arab Saudi, Argentina, Australia, Brasil, India, Indonesia, Inggris, Italia, Jepang, Jerman, Kanada, Meksiko, Republik Korea, Rusia, Perancis, Tiongkok, Turki, dan Uni Eropa.

2.5.1 Agenda Pertemuan dalam G20

Menurut (g20.org) rangkaian kegiatan pertemuan G20 di Bali memiliki agenda tersendiri diantaranya:

1. Konferensi Tingkat Tinggi (*Leaders Summit*) sebagai puncak dari proses kegiatan pertemuan G20 di Bali, yaitu Rapat Kepala Negara/Pemerintah.
2. Pertemuan tingkat Menteri (*Ministerial Meetings*) sesuai sector pembahasan dalam *Working Groups*.
3. *Deputies and Sherpa Meetings*. *Deputies meetings* adalah bagian dari *Finance Track*, sedangkan *Sherpa Meetings* adalah bagian dari *Sherpa Track*.
4. Pertemuan Kelompok Kerja/*Working Groups Meetings*. Pertemuan yang membahas isu prioritas sektor yang diampu oleh kelompok kerja/*working groups*.
5. *Engagement Groups Meetings* atau pertemuan forum dialog yang menjadi bagian dari G-20, membahas isu tertentu secara khusus, di antaranya: *Business 20 (B20)*, *Think 20 (T20)*, *Women 20 (W20)*, *Youth 20 (Y20)*, *Labour 20 (L20)*, *Urban 20 (U20)*, *Civil 20 (C20)*, *Science (S20)*, *Parliament 20 (S20)*, dan *Supreme Audit Institution 20 (SAI20)*.

2.5.2 Peran Nyata G20

Menurut (g20.org) ada beberapa Peran nyata G20 yaitu:

- 1) “Penanganan Krisis Keuangan, Global 2008 Salah satu kesuksesan G20 terbesar adalah dukungannya dalam mengatasi krisis keuangan global 2008. G20 telah turut mengubah wajah tata kelola keuangan global, dengan menginisiasi paket stimulus fiskal dan moneter yang terkoordinasi, dalam skala sangat besar.”
- 2) “Kebijakan Pajak, G20 telah memacu OECD untuk mendorong pertukaran informasi terkait pajak. Pada 2012, G20 menghasilkan cikal bakal Base Erosion and Profit Shifting (BEPS). Melalui BEPS, saat ini 139 negara dan yurisdiksi bekerja sama untuk mengakhiri penghindaran pajak.”
- 3) “Kontribusi dalam penanganan pandemi Covid-19. Inisiatif G20 dalam penanganan pandemi mencakup penangguhan pembayaran utang luar negeri negara berpenghasilan rendah, Injeksi penanganan Covid-19 sebanyak >5 triliun USD (Riyadh Declaration), penurunan/penghapusan bea dan pajak impor, pengurangan bea untuk vaksin, hand sanitizer, disinfektan, alat medis dan obat-obatan.”
- 4) “Isu lainnya Selain itu, G20 berperan dalam isu internasional lainnya, termasuk perdagangan, iklim, dan pembangunan.

2.6 Spouse Program

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), *Spouse Program* KTT G20 Indonesia merupakan bagian dari rangkaian puncak *Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20* Indonesia, yang disiapkan bagi pasangan kepala negara yang bertujuan menguatkan komunikasi dan sosialisasi antar peserta maupun *spouse*. Kegiatan ini terselenggara melalui kolaborasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Kementerian Sekretaris Negara Republik Indonesia.

Delegasi / spouses yang datang adalah para *global opinion leaders* yang sekaligus merupakan tokoh penting dunia yang berpengaruh dan terlibat dibanyak

organisasi internasional. Apabila kita memberikan kepuasan kepada mereka melalui *spouse* program ini, maka pendapat mereka sebagai *global opinion leaders* tentunya memiliki pengaruh dan kekuatan “*word of mouth*” untuk menyampaikan pengalaman mereka selama berada di Indonesia menjadi alat promosi yang efektif.