

**KINERJA LIAISON OFFICER DALAM EVENT JOGJA  
INTERNATIONAL TRAVEL MART (JITM)**

**Studi pada : JOGJA INTERNATIONAL TRAVEL MART (JITM) KE-9  
DI YOGYAKARTA  
TAHUN 2018**

**Tesis**

untuk memenuhi sebagian Persyaratan mencapai derajat  
Magister Pariwisata Program Studi Pariwisata



**Diajukan Oleh :**

Nama : Anggun Ariani  
NIM : 16010004  
Jurusan : Pariwisata  
Program : Magister Pariwisata

**Kepada**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**

**JURUSAN PARIWISATA**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO (STIPRAM)**

**2018**

## **INTISARI**

### **KINERJA LIAISON OFFICER DALAM EVENT JOGJA INTERNATIONAL TRAVEL MART (JITM)**

**Studi pada : JOGJA INTERNATIONAL TRAVEL MART (JITM) KE-9**

**DI YOGYAKARTA**

**TAHUN 2018**

**Anggun Ariani**

**16010004**

**Program Studi S2- Pariwisata**

**Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta**

Jogja International Travel Mart (JITM) adalah forum berkaliber tinggi di mana kota Jogjakarta dan sekitar penyedia dapat bertemu pembeli utama dari industri perjalanan internasional. Penyedia dan pembeli yang secara khusus dipilih oleh panitia JITM, dikombinasikan dengan organisasi yang sangat profesional, menjadikan JITM sebagai acara puncak tahun perjalanan - pembuka musim dan peristiwa penting dalam dirinya sendiri.

*Liaison Officer* (LO) digunakan untuk mencapai pemanfaatan terbaik dari sumber daya atau pekerjaan jasa dari satu organisasi dengan yang lain. Liaison officer (LO) dalam kegiatan Jogja International Travel Mart ini memiliki tugas mendampingin *buyers* sebagai penghubung untuk berkomunikasi dengan *sellers* dan juga sebagai pengarah *buyers* untuk mengunjungi setiap *booth* dan juga menjelaskan produk apa yang dijual disetiap *booth* tersebut.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan tujuan untuk mengungkapkan data yang ada serta menguraikan dan menginterpretasikan sesuatu yang apa danya. penulis juga mempelajari beberapa buku sebagai referensi yang sesuai dengan judul dan juga permasalahan yang terdapat didalam karya ilmiah.

Kesulitan tertinggi saat menjadi LO adalah dimana seorang LO harus menjelaskan tentang keadaan sebuah event atau acara yang sedang berlangsung. Mengapa demikian? karena disaat kita akan menjelaskan keadaan sebenarnya, maka bisa saja akan memberikan informasi negatif yang dimana nantinya akan merusak citra event atau acara yang sedang berlangsung. Untuk bisa bekerja sebagai LO maka kemampuan yang dimiliki adalah harus mampu berkomunikasi dengan baik, mampu berbahasa asing yakni bahasa Inggris dan bahasa yang digunakan oleh tamu maupun wisatawan yang bersangkutan. Juga harus memiliki perangai yang ramah, menyenangkan, mampu bergaul dan disiplin.

Dalam menjalankan tugasnya seorang Liaison Officer (LO) dalam acara Jogja International Travel Mart ( JITM ) memiliki hambatan yang dimana tamu atau *buyer* terkadang hanya ingin mengunjungi stand atau *booth* yang mereka inginkan saja, namun seorang LO memiliki kewajiban untuk mensukseskan acara JITM dengan membawa *buyer* setidaknya mengunjungi 50 stand atau *booth* yang ada dalam event JITM tersebut.

Dalam berlangsungnya acara event JITM seorang LO juga banyak yang merasa kesusahan untuk menghandle *buyer*, seperti buyer yang hanya ingin mengunjungi stand yang mereka inginkan saja, namun seorang LO di tuntut untuk dapat membawa *Buyer* paling tidak mengunjungi 50 stand yang ada dalam acara tersebut. LO juga harus dapat memberikan pengertian kepada buyer saat sudah waktunya untuk mengunjungi stand lain disaat buyer masih ingin berada di stand yang sebelumnya.

Kata Kunci : Liaison Officer, Pembeli, Pariwisata, event

## **ABSTRACT**

### **KINERJA LIAISON OFFICER DALAM EVENT JOGJA INTERNATIONAL TRAVEL MART (JITM)**

**Studi pada : JOGJA INTERNATIONAL TRAVEL MART (JITM) KE-9**

**DI YOGYAKARTA**

**TAHUN 2018**

**Anggun Ariani**

**16010004**

**Program Studi S2- Pariwisata**

**Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta**

*Jogja International Travel Mart (JITM) is a high-caliber forum where the city of Jogjakarta and surrounding providers can meet major buyers of the international travel industry. Providers and buyers specifically chosen by the JITM committee, combined with highly professional organizations, make JITM the highlight of the year of travel - season opener and important events in its own right.*

*Liaison Officer (LO) is used to achieve the best utilization of resources or service work from one organization to another. Liaison Officer (LO) in Jogja International Travel Mart activities has the task of assisting buyers as a liaison to communicate with sellers and also as referrer buyers to visit each booth and also explain what products are sold in each booth.*

*Methods in this study using a qualitative approach. With the aim to reveal the existing data and describe and interpret something what danya. the author also studied some books as reference in accordance with the title and also the problems contained in the scientific work.*

*The greatest difficulty of becoming an LO is where a LO must explain the state of an event or an ongoing event. Why is that? because when we will explain the real situation, then it could be will provide negative information which will damage the image of the event or event that is in progress. To be able to work as an LO then the ability possessed is to be able to communicate well, able to speak foreign language ie English and language used by guests and tourists concerned. It should also have a friendly, pleasant, sociable and disciplined manner.*

*In carrying out its duties a Liaison Officer (LO) in Jogja International Travel Mart (JITM) has an obstacle in which guests or buyers sometimes just want to visit the booth or booth they want, but an LO has an obligation to succeed JITM event by bringing buyer at least visited 50 booths or booths in the JITM event.*

*In the event JITM event a LO also many who feel difficult to handle buyers, such as buyers who only want to visit the stand they want, but a LO in demand to be able to bring the Buyer at least visit the 50 booths in the event. LO should also be able to give understanding to the buyer when it's time to visit another stand when the buyer still want to be in the previous stand.*

*Keywords: Liaison Officer, Buyer, Tourism, event,*