

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Usaha bisnis *café* di Yogyakarta saat ini semakin pesat. Fenomena seperti ini bisa dilihat dari banyaknya *café* yang berdiri di Yogyakarta, sebut saja Bunker Café, Jogja-Jogja Rumah Musik, Liquid Café, Boshe VVIP Club, Warung Java, Planet Pyramid, Bamboo Resto & Music, Hugo's Café, Calipso Café Purawisata dan sebagainya. Setiap harinya, khususnya pada malam hari tempat-tempat tersebut menawarkan berbagai menu makanan dan minuman serta fasilitas tambahan penunjang lainnya sebagai bagian dari pelayanan ekstra yang diberikan. *Café* merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa dengan menyediakan makanan dan minuman beserta fasilitas lainnya. Dengan semakin berkembangnya bisnis *café* yang ada di Yogyakarta, pilihan bagi para konsumen untuk mengunjungi tempat-tempat yang ditawarkan sesuai yang diinginkan semakin beragam. Untuk dapat menarik minat para konsumen para pengelola *café* tersebut berlomba dengan berbagai macam cara untuk dapat menarik para konsumen baik itu dengan menawarkan berbagai jenis menu masakan, layanan jasa dan fasilitas hiburan pendukung.

Salah satu *café* yang telah bertahan selama 20 tahun di tengah persaingan bisnis *café* di Yogyakarta adalah Calipso Café Purawisata. Berlokasi di areal Taman Wisata Ria Purawisata, Jalan Brigjend Katamsa Yogyakarta. Pada malam harinya, di panggung terbuka yang dimiliki Calipso *café* sering digelar

acara *live music* Dangdut sebagai upaya menarik pengunjung untuk datang ke tempat tersebut. Namun ternyata hal tersebut justru membuat Calipso Café Purawisata identik dengan gelaran musik Dangdut. Seperti yang diberitakan SKH “Koran Merapi”:

Merek yang menempel pada Purawisata selama ini memang nyaris lengket dengan tempat jujugan para Dangdutmania. Begitu mendengar nama Purawisata, musik Dangdut menjadi menu utamanya. ( SKH ”Koran Merapi”, halaman 5, edisi Kamis Kliwon, 27 Juli 2006 )

Predikat ini memang cukup lama disandang Calipso Café Purawisata. Dan ketika musik Dangdut seperti berada pada posisi titik jenuh dengan semakin berkurangnya jumlah penonton, upaya-upaya pembenahan pun dilakukan. Baik melalui evaluasi acara dan grup Dangdut yang memiliki jadwal tetap (reguler), maupun menggelar acara spesial dengan menghadirkan artis dangdut ibu kota. Namun demikian, ketika acara Dangdut reguler kembali digelar, jumlah penonton tidak menunjukkan peningkatan. Hal ini tentunya menjadi sebuah masalah bagi Calipso Café karena tidak mampu lagi mewujudkan salah satu dari pendirian sebuah café yakni *making profit* (mencari keuntungan) seperti yang diungkapkan Kelik Purnama, *Marketing Executive* Calipso Café Purawisata:

Tujuan dari pendirian sebuah *café* itu sendiri antara lain adalah untuk mencari keuntungan (*making profit*) dan mewujudkan kepuasan tamu (*making guest satisfaction*). Dalam mencapai tujuan tersebut beberapa keunggulan dari sebuah *café* harus dikedepankan seperti keserasian antara dekorasi dengan ruangan, terjaminnya keamanan, suasana keakraban dan fasilitas pendukung yang membuat pengunjung semakin betah dan nyaman ketika berkunjung (wawancara dengan Kelik Purnama, *Marketing Executive* Calipso Café Purawisata pada hari Jum’at tanggal 6 Maret 2009).

Berbagai upaya dilakukan untuk kembali menarik pengunjung, dan salah satu upaya yang akhirnya menuai sukses adalah membangun komunitas baru sebagai pengunjung Calipso Café Purawisata melalui sebuah gelaran acara lagu-lagu legendaris milik Koes Plus (atau Koes Bersaudara). *Event* inilah yang digelar Calipso Café Purawisata pertama kali pada pertengahan tahun 2005 untuk menarik pengunjung baru dan mempertahankan pengunjung lama. Melalui kerja sama dengan Jogja Koes Plus Community (JKPC) pentas musik lagu-lagu Koes Plus yang bertajuk “Tembang Abadi Koes Plus” ternyata semakin dipadati penonton. Bahkan dari segi penonton, pertunjukkan musik lagu legendaris Koes Plus ini mampu melahirkan komunitas Koes Plusmania di beberapa wilayah di Yogyakarta dan sekitarnya.

Tepatnya 29 Juli 2005, di panggung Calipso Cafe digelar sebuah *event* Parade Tembang Abadi “Koes Bersaudara Lintas Generasi Sang Legenda”. Data yang didapat dari Management Calipso *Cafe*, pengunjung pada gelaran *event* tersebut sebagai langkah awal pelaksanaan program acara konser musik “Tembang Abadi Koes Plus” ternyata melebihi target yang diharapkan.

Audiens yang hadir lebih dari 600 orang, padahal saat itu management hanya menargetkan sekitar 300 orang saja. Dari kegiatan awal yang ternyata mendapat tanggapan luar biasa dari audiens inilah yang akhirnya menjadikan gelaran acara bertema Koes Plus di Calipso Cafe sebagai salah satu program unggulan di Panggung Calipso Cafe Purawisata. (wawancara pada hari Jum’at tanggal 6 Maret 2009 dengan Kelik Purnama, *Marketing Executive* Calipso Cafe Purawisata)

“Tembang Abadi Koes Plus” sebenarnya merupakan kelanjutan dari sebuah acara yang pernah digelar sebelumnya di areal Taman Ria Purawisata yakni Etnik Garden Kafe. Pada tahun 2001 di tempat ini digelar sebuah acara *live*

*music* yang mengusung tema tembang kenangan. Sebuah acara yang bertajuk "*The Legend*" digelar setiap Rabu malam mulai pukul 21.30 WIB di Etnik Garden Kafe yang bekerja sama dengan Radio Rasia Lima FM. Dalam acara ini ditampilkan group band yang membawakan kembali lagu-lagu yang menjadi hits pada eranya, antara lain Hoss Band yang membawakan kembali lagu-lagu legendaris milik Koes Plus (atau Koes Bersaudara), *Black Mask* yang menembangkan lagu-lagu milik *Deep Purple* dan *Brown Sugar* yang menyanyikan kembali lagu-lagu Panbers. Pada setiap pergelarannya, acara ini selalu dipenuhi pengunjung yang sangat antusias menikmati gelaran acara "*The Legend*" di Etnik Garden Kafe, apalagi bila dalam acara tersebut menghadirkan band yang membawakan lagu-lagu legendaris milik Koes Plus (atau Koes Bersaudara).

Namun pada saat itu kejayaan acara "*The Legend*" ini terpaksa terhenti karena renovasi yang terpaksa harus dilakukan management Etnik Garden Kafe. Baru pada sekitar tahun 2004, Etnik Garden Kafe kembali beroperasi. Renovasi yang dilakukan menghasilkan penataan program *entertainment*, *sound system* dan penataan panggung yang lebih berbobot. Etnik Garden Kafe masih tetap setia menghadirkan tembang lawas. Lagu – lagu lama tersebut menjadi *memories* tersendiri di kalangan pecintanya. Ini terbukti di beberapa tempat seperti di layar kaca, hotel dan restoran sering mengadakan acara tembang kenangan.

Program & Entertainment Etnik Garden Kafe, Kelik Purnama mengatakan untuk mengulang sukses acara spesial digelar acara bertajuk "*The Legend*", Jum'at hari ini (6/2). Acara ini menghadirkan tembang hits lawas yang dikemas sangat apik. Perpaduan nuansa *garden* yang indah, yang dimiliki Etnik Garden Kafe menambah suasana menjadi lebih romantis. (Radar Jogja, 6 Februari 2004).

Acara ini terus berlangsung hingga akhirnya pada akhir 2004 Etnik Garden Kafe mengalami krisis dan terpaksa tutup. Namun kesuksesan dari acara bertema Koes Plus yang pernah digelar menjadikan *Program & Entertainment Etnik Garden Kafe* lebih serius menggarap acara dengan mengangkat kembali lagu-lagu Koes Plus (atau Koes Bersaudara) di panggung di areal Purawisata yang saat ini dikenal dengan panggung Calipso Cafe. Musik Koes Plus mulai dicoba digelar di panggung ini sebagai langkah promosi karena pengunjung tidak lagi antusias dengan suguhan musik Dangdut.

Melihat kesuksesan untuk dapat menarik pengunjung melalau konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" belakangan ini *followers* dari ide menggelar acara bertema Koes Plus (atau Koes Bersaudara) semakin banyak bermunculan. Komunitas Koes Plusmania yang hadir diantara para kolektor dan pemerhati Koes Plus (atau Koes Bersaudara) sebagai audiens dari acara ini juga semakin banyak. Hampir setiap malamnya digelar acara sejenis di beberapa tempat dan rata-rata selalu dipenuhi kehadiran para Kolektor, Pemerhati dan Koes Plus Mania.

Pada hari Minggu League Cafe yang berada di Hotel Borobudur (Jl. Magelang) menggelar acara *live music* bertema Koes Plus (atau Koes Bersaudara), hari Senin acara "Koes Plus – an " digelar di Restoran Ayam Goreng "Bu Hartin" (Jalan Wates), hari Selasa, Warung Java (Jl. Magelang) menggelar acara bertajuk "Koes Plus By Request", hari Rabu di Waroeng Gendhing (Jl. Kyai Mojo) bersamaan dengan TVRI Stasiun Yogyakarta yang menayangkan siaran langsung dari studio 1 TVRI acara "Koes Plus Kembali", Planet Pyramid (Jl.Parangtritis) menggelar "Kamis Pestanya Komunitas" pada hari Kamis, dan Sabtu di "Waroeng Koes Plus - Nusantara" (Jalan Bantul). (Sumber: Jadwal yang di release SKH "Koran Merapi", halaman 5, edisi 14-20 Desember 2008 ).

Merebaknya *event* bertema Koes Plus (atau Koes Bersaudara) ini tentunya menjadikan persaingan semakin ketat. Banyaknya persaingan *event* bertema Koes

Plus (atau Koes Bersaudara) menjadikan Calipso Cafe harus memiliki manajemen *event* yang baik untuk dapat bersaing dengan tempat yang lain. Kelebihan dan keunggulan yang ada dalam penyelenggaraan *event* reguler konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Cafe dapat dipromosikan sehingga konsumen bisa memperoleh informasi yang lebih detail.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, dapat ditarik suatu rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana manajemen *event* konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Café Purawisata Yogyakarta?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen *event* konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Café Purawisata Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pengunjung sebagai target audiens mengenai manajemen *event* yang dilakukan Calipso Cafe sebagai penyelenggara *event* konser musik "Tembang Abadi Koes Plus".

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian teori komunikasi khususnya tentang perkembangan manajemen *event*, memberikan pengetahuan tentang bagaimana menyelenggarakan *event* secara efektif dan menjadi bahan studi pustaka dalam penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang bagaimana manajemen *event* yang baik, serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama perkuliahan.

#### **b. Bagi Calipso Cafe Purawisata Yogyakarta**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Calipso Cafe, terutama digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan guna menentukan kebijakan selanjutnya.

## **E. KERANGKA TEORI**

### **1. *Event*.**

Banyak definisi yang dipaparkan mengenai *event*, salah satunya *event* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada

waktu tertentu (Noor, 2009:7). Sedangkan menurut Uyung Sulaksana (2003) *event* merupakan peristiwa-peristiwa yang dirancang untuk mengkomunikasikan pesan tertentu pada audiens sasaran.

*Event* merupakan salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan untuk memperkenalkan sebuah merek atau produk kepada masyarakat luas. Hal ini menjadikan *event* sebagai sebuah alternatif cara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas yang efektif dan tepat sasaran. Kelebihan dari sebuah *event* adalah kemampuannya dalam membangkitkan dan mengarahkan khalayak kepada sebuah produk tertentu. Maka dari itu seorang harus dapat membuat *event* yang dapat menarik minat publik sasaran untuk hadir kedalam event tersebut. Konsep perkembangan *event* sejalan dengan kemajuan teknologi serta perkembangan kegiatan masyarakat. Perkembangan ini menjadikan jenis *event* yang berlangsung pun lebih beranekaragam dan tidak terbatas pada kegiatan yang memiliki nilai keagamaan, adapt dan budaya saja. Penyelenggaraan *event* telah berkembang sesuai dengan keinginan konsumen untuk dapat melihat *event* tersebut, misalnya *event* bersifat keolahragaan, *event* pengenalan produk, pameran atau lainnya (Noor, 2009:8).

Saat ini *event* merupakan salah satu strategi pemasaran yang bisa digunakan untuk memperkenalkan sebuah merek atau produk kepada masyarakat luas. Hal ini menjadikan *event* sebagai sebuah alternatif cara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas yang efektif dan tepat sasaran. Kelebihan dari sebuah *event* adalah kemampuannya dalam membangkitkan dan mengarahkan khalayak

kepada sebuah produk tertentu. Maka dari itu seorang harus dapat membuat *event* yang dapat menarik minat publik sasaran untuk hadir kedalam event tersebut.

Disamping media lain, *event* merupakan kegiatan yang mempunyai nilai lebih dalam meningkatkan volume penjualan yang bertujuan akhir pada keuntungan perusahaan. Meskipun *event* termasuk kegiatan promosi *below the line* karena bersentuhan langsung dengan target market, kini tidak hanya dilakukan di lini bawah. Perusahaan semakin cerdas memanfaatkan *event* untuk membangun *awareness* dan *brand image*-nya dalam benak khalayak umum

Manajemen *event* adalah bagian dari ilmu manajemen yang menciptakan dan mengembangkan sebuah kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan orang-orang di suatu tempat, melakukan serangkaian aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suatu kejadian. Sebagian orang menyebut manajemen *event* sebagai bagian dari manajemen proyek. Namun terlepas dari hal itu, dengan melihat kegiatannya yang melibatkan banyak orang dan dilihat dari sisi perusahaan, maka *event* termasuk dalam kelompok kegiatan departemen pemasaran. Jadi tidak salah jika dikatakan bahwa manajemen *event* termasuk dalam kajian komunikasi pemasaran seperti halnya periklanan dan promosi. Manajemen *event* dipelajari karena kegiatannya dipengaruhi oleh kualitas komunikasi, yaitu visual dan pesan, komunikasi antar individu, seleksi dan penempatan media, publisitas dan promosi, serta beberapa kegiatan lainnya. Manajemen *event* juga mempelajari intrik-intrik dalam sebuah kampanye band, mengidentifikasi pasar sasaran, memilah-milah konsep sebuah *event*,

merencanakan perbekalan, dan mengkoordinasikan hal-hal teknis sebelum *event* dilaksanakan (Kennedy, 2009:1).

Promosi bagi pihak – pihak pelaku bisnis hiburan mempunyai peranan sangat penting, karena promosi adalah langkah untuk mempromosikan sebuah acara yang akan digelar. Di dalam bisnis hiburan aktivitas promosi menjadi salah satu cara untuk memberikan informasi, menciptakan *awareness*, dan mempengaruhi publik tentang acara yang akan digelar. Dalam hal ini peranan pelaku bisnis hiburan adalah mempromosikan dan mendistribusikan informasi program acaranya kepada khalayak umum sebagai calon konsumen mereka (Dominick, 1999:224).

## **2. Perencanaan *Event*.**

Dalam mengelola suatu kegiatan tentunya diperlukan strategi. Strategi yang tepat hanya dapat dilakukan apabila penyelenggara *event* mengetahui dengan pasti apa tujuan diselenggarakannya *event*. Penetapan strategi dimulai dengan perencanaan, sehingga penyelenggaraan *event* dapat berjalan sesuai dengan harapan.

Merencanakan kegiatan merupakan aspek yang paling penting dalam penyelenggaraan *event*. Dalam perencanaan terdapat banyak hal yang sangat kompleks, terdapat banyak kebutuhan diluar dugaan. Pada pelaksanaannya sebuah rencana *event* yang telah ditentukan tujuannya akan sangat sulit untuk dilaksanakan seratus persen sama, karena dalam pelaksanaannya akan muncul banyak hal dan perlu dilakukan penyesuaian dengan keadaan. Bagaimanapun

rencana *event* merupakan suatu alat dan panduan yang dapat digunakan untuk mengukur perkembangan sebuah kegiatan; apakah berjalan sesuai harapan atau tidak.

Proses perencanaan *event* dimulai dengan menentukan tujuan yang dapat diterima dengan jelas oleh setiap anggota tim yang akan terlibat dalam pelaksanaan *event*. Kejelasan tujuan yang dimunculkan pada proses perencanaan akan membawa setiap anggota tim pada tujuan dan arah yang sama dalam pelaksanaan *event*. Tujuan diselenggarakannya *event* dapat berupa: pembelajaran, hiburan, mempromosikan produk baru perusahaan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan sebagainya (Noor, 2009:104)

Banyak ahli memiliki pendapat yang hampir sama mengenai penyelenggaraan *event* yang efektif. Menurut Shone dan Parry (2002); Rogers (2003), untuk memudahkan *event* dapat diselenggarakan dengan baik, maka ada beberapa pertanyaan dasar yang harus dijawab, yakni:

**a. Kenapa harus diselenggarakan *event*?**

Pertanyaan tersebut harus mampu menjelaskan mengapa event tersebut harus diselenggarakan. Untuk jenis event seperti meeting dan konferensi, delegasi dan peserta akan datang karena adanya kesamaan tujuan misalnya tujuan organisasi, asosiasi atau perusahaan. Tetapi untuk event jenis pameran atau expo pengunjung yang akan datang akan sesuai dengan jenis expo itu, misalnya mencari informasi tentang produk baru yang ada di pasar. Sedangkan bagi event yang bersifat hiburan seperti konser, perlu dipertimbangkan bahwa memang banyak masyarakat yang

menginginkan penampilan bintang tamu yang diharapkannya dan banyak masyarakat yang menginginkan penampilan pengisi acara tersebut.

**b. Siapa yang akan terlibat dalam proses penyelenggaraan *event*?**

Siapa saja yang akan terlibat dalam proses penyelenggaraan event dan pada saat event tersebut berlangsung. Tentunya penyelenggara akan dapat mengetahui dengan jelas siapa saja yang akan mendukung terselenggaranya event. Persiapan yang diperlukan dalam penyelenggaraan kegiatan biasanya lebih karena cakupan event, semakin besar jumlah peserta yang akan hadir maka akan semakin kompleks kebutuhan yang perlu dipersiapkan.

**c. Informasi atau riset apa saja yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan pada penyelenggaraan *event*?**

Pentingnya pengambilan keputusan pada penyelenggaraan event bergantung pada banyak situasi yang dihadapi. Misalnya keputusan untuk menetapkan tempat penyelenggaraan event, penetapan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan atau hal lainnya yang berhubungan dengan kemampuan pemimpin penyelenggara memutuskan hal tersebut. Bahkan tidak jarang pada saat event berlangsung, keputusan cepat juga harus dapat dilakukan untuk hal yang kritis.

Untuk mendapatkan pilihan terbaik akan waktu atau tempat penyelenggaraan sebaiknya dicari informasi sebanyak mungkin tentang

tempat penyelenggaraan dan waktu. Selanjutnya diskusikan dan putuskan sesuai dengan tujuan event yang ingin dicapai. Hal yang biasa terjadi untuk pengambilan keputusannya adalah karena waktu penyelenggaraan kurang tepat karena pada saat yang bersamaan terdapat event lain yang sejenis yang diselenggarakan.

**d. Informasi atau riset apa saja yang dibutuhkan untuk terselenggaranya kegiatan tersebut?**

Pencarian informasi tentang event yang akan diselenggarakan akan sangat membantu terlaksananya event dengan baik. Hal ini merupakan proses yang harus dilalui penyelenggara dalam mengidentifikasi kemungkinan timbulnya masalah sejak awal. Dalam proses mencari informasi, tanpa disadari proses ini merupakan proses mencari kesempatan (*opportunity*). Misalnya, penyelenggaraan event yang berbeda pada tempat yang sama akan terlihat sebagai pesaing tetapi juga akan terlihat sebagai pelengkap untuk event lainnya.

**e. Bagaimana event akan diselenggarakan?**

Untuk mengetahui bagaimana penyelenggaraan event, maka penyelenggara harus melihat sisi kemudahan penyelenggaraan event dan kesulitan yang dihadapi terhadap suatu event yang diselenggarakan. Hal ini dapat dilakukan dengan menganalisa setiap hal yang akan digunakan dalam penyelenggaraan event, misalnya dengan mengambil satu rencana

penyelenggaraan, apakah event tersebut dapat dilaksanakan tanpa menimbulkan hambatan atau kesulitan yang berarti. Apabila event yang diselenggarakan banyak menimbulkan masalah, sebaiknya perencanaan terhadap event perlu dikaji ulang atau dilakukan beberapa perubahan atau penyesuaian terhadap rencana yang ditetapkan.

**f. Dimanakah *event* akan diselenggarakan?**

Perencanaan tempat penyelenggaraan kegiatan bisa merupakan daya tarik pengunjung terhadap suatu acara. Pemilihan lokasi yang tepat untuk penyelenggaraan event perlu didukung infrastruktur pendukung pada kegiatan tersebut. Misalnya adanya alat transportasi menuju ke tempat tujuan, adanya akomodasi yang memadai, adanya jasa pelayanan lainnya.

**g. Kapan *event* akan diselenggarakan?**

Berhubungan dengan jadwal penyelenggaraan event seperti penetapan tanggal dan waktu perencanaannya. Sangat penting untuk menetapkan jadwal penyelenggaraan event sejak awal, karena hal ini berhubungan dengan banyak pihak yang akan terlibat dalam penyelenggaraan. Bagi event hiburan pertimbangan musim dan tempat penyelenggaraan menjadi hal penting karena akan berhubungan dengan keinginan pengunjung untuk datang ke tempat pertunjukan.

### **3. Faktor Penentu Keberhasilan *Event* Pertunjukkan Hiburan**

Sebuah pertunjukkan hiburan, syarat utamanya adalah harus mampu menghibur. Dengan kata lain, pertunjukkan itu harus mampu memberikan sentuhan hiburan bagi para penontonnya dari berbagai aspek. Kepuasan penonton mutlak harus terwujud. Bahkan kalau perlu harus mencapai target wacana yang orang membicarakan sampai kurun waktu tertentu. Mewujudkan hal tersebut tentu tidaklah mudah, banyak faktor dan harus didukung dengan kerja keras oleh seluruh pihak yang terlibat. Sistem kerja mutlak harus profesional, tidak boleh direncanakan sambil lalu.

Menurut KRMT Indro Kimpling Suseno, SH dalam bukunya yang berjudul "Untung Besar Bisnis Event Organizer" beberapa hal pokok yang bisa menjadi ukuran bahwa suatu pertunjukkan berhasil antara lain terlihat dari hal-hal berikut (Suseno, 2009:46):

#### **a. Lokasi pementasan**

Lokasi pelaksanaan pementasan mempunyai peranan penting, karena sangat berpengaruh pada atmosfer suasana pertunjukkan yang akan digelar untuk mempengaruhi emosi penonton.

#### **b. Nama pementasan**

Judul pentas atau nama pentas, sangat berpengaruh untuk membangun emosi penonton. Nama pentas mempunyai daya panggil atau pengaruh terhadap sponsor maupun penonton. nama ini harus dipikirkan serius dengan cara mengumpulkan alternatif sebanyak mungkin, dan dipilih atas

keepakatan bersama. Ada kemungkinan orang datang menonton karena melihat nama acaranya, karena begitu kuatnya kandungan makna di dalam judul pementasan tersebut.

### **c. Materi pementasan**

Materi pementasan adalah hal pokok, yaitu apa dan siapa yang akan tampil. Hal ini sangat tergantung pada perencanaan awal pementasan, akan menarik berapa orang penonton. mementaskan artis-artis terbagi dua bagian, yaitu grup dan perorangan. Kalau grup, relatif akan lebih banyak mengundang penonton dibanding perorangan.

### **d. Promosi**

Faktor promosi adalah suatu bentuk kemasan komunikasi yang berisi tentang nama pentas, materi/penampil pentas, waktu, tempat dan harga tiket. Promosi harus menarik, informatif, kreatif, lugas, jelas, dan merata. Semakin besar penonton yang ditargetkan, semakin besar pula budget untuk promosinya. Langkah pertama adalah menentukan desain grafis bentuk promosi. Bentuk standar promosi dalam sebuah event antara lain:

#### **1) Brosur**

Brosur digunakan sebagai iklan pengingat dimana segala informasi yang dibutuhkan dimuat dan pembaca akan mengingat apa isi brosur tersebut, sehingga mereka pun datang langsung untuk menghadiri event TAKP ini. Brosur yang disebar juga sudah sesuai dengan syarat sebuah

pesan yaitu idealnya suatu pesan harus mampu memberikan perhatian (*attention*), menarik (*interes*), membangkitkan semangat (*desire*), dan menghasilkan tindakan (*action*), yang kesemuanya dikenal sebagai metode AIDA. Pesan yang efektif juga juga harus menyelesaikan empat pertanyaan yaitu *How, What, When, Who* (Lupiyoadi, 2001:111).

## **2) Pemasangan *Billboard***

*Billboard* merupakan media beriklan yang sangat efektif menjangkau semua segmen dari *target audience*. Iklan menggunakan billboard digunakan dalam media promosi TAKP karena permanen dan tahan lama. Maksudnya adalah mutlak untuk dilihat karena ukurannya yang besar. Seperti pendapat Shimp (2003:511), bahwa kekuatan utama dari periklanan luar ruang adalah jangkauannya yang luas dan tingkat frekuensinya yang tinggi. Periklanan luar ruang sangat efektif untuk menjangkau semua segmen. Jumlah terpaaan (*exposure*) sangat tinggi bila papan iklan diletakkan di lokasi strategis.

## **3) Media Massa dan Internet**

Kegiatan promosi yang lain yang mendukung event adalah media massa dan internet. Media massa meliputi media elektronik dan media cetak. Media elektronik yang digunakan adalah radio, dan media cetak yang digunakan hanya menggunakan surat kabar. Sedangkan media internet yang dipakai adalah melalui website dan situs jejaring sosial.

#### **e. Panggung dan Dekorasi**

Selain lokasi yang memberikan daya tarik tersendiri, faktor dekorasi dan tata panggung juga memberikan pengaruh besar terhadap tingkat daya tarik sebuah pementasan musik. Semakin besar event yang diselenggarakan, semakin membutuhkan tata panggung yang besar, baik dari segi teknis maupun budgetnya.

#### **f. Tata suara, lampu dan peralatan penampil**

Sekecil apapun event yang diselenggarakan, tata suara harus mempunyai kualitas yang memadai. Apalagi pada event besar, tata suara sangat berpengaruh untuk meraih kesuksesan acara. Syarat utama perihal hasil tata suara adalah: suara cukup keras dan jelas sesuai dengan luas lokasi, suara merata ke seluruh penjuru lokasi, semua elemen materi suara tercakup (MC, Band dan lain-lain), suara harus stabil, berfungsi pada saat diperlukan.

Agar mendapatkan kualitas suara yang akurat, wajib melakukan cek sound secara detil dan sangat teliti. Apabila ini tidak dilakukan risiko besar siap menghadang. Perihal tata lampu, ini lebih fleksibel perencanaannya. Untuk pentas kaliber besar, tata lampu menjadi faktor penting. Peralatan artis atau penampil juga hal penting yang harus diperhatikan. Dalam kasus ini ada beberapa variasi teknis yang terjadi di lapangan. Misalnya peralatan grup tidak boleh dipakai oleh grup lain, grup tertentu menggunakan peralatan yang sangat khusus, dan lain-lain.

#### **g. Klimaks susunan acara**

Susunan acara harus dikaji secara matang dan detail. Klimaks acara mutlak adanya, karena bisa jadi hanya karena susunan program yang kurang tepat, bisa berakibat kurang suksesnya keseluruhan acara.

#### **h. Faktor pendukung lainnya**

Faktor-faktor lain yang tak kalah pentingnya dan perlu diperhatikan untuk kesuksesan sebuah acara hiburan adalah: harga tiket terjangkau, petugas keamanan yang memadai, petugas lapangan yang profesional, sistem distribusi tiket yang baik, panitia yang bertanggung jawab, penonton yang berbudaya, perlengkapan P3K dan penyemprot air (pemadam kebakaran) dan WC / Toilet.

Dalam persiapannya, setiap elemen yang berhubungan dengan event harus dapat diidentifikasi baik yang dibutuhkan ataupun yang tidak dibutuhkan. Untuk menjadikan event berjalan dengan baik perlu dilakukan pendekatan yang sistematis, sehingga bila ada sesuatu yang kurang dan perlu perbaikan dapat segera dilakukan penyesuaian.

### **F. METODE PENELITIAN**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan penulis adalah metode jenis deskriptif kualitatif yang didasarkan atas kasus, dalam hal ini adalah manajemen *event* yang dilakukan

dalam penyelenggaraan acara bertema Koes Plus (atau Koes Bersaudara) yang bertajuk "Tembang Abadi Koes Plus". Penelitian ini akan menganalisa manajemen *event* dan hasil penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi-rekomendasi untuk keperluan masa yang akan datang.

Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data (Narbuko dan Achmadi, 2007:44). Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi (Rahmat, 2001:24).

Tujuan dari penelitian deskriptif menurut Sumadi Suryabrata adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mencari informasi faktual yang mendetail yang mencandra gejala yang ada
- b) Untuk mengidentifikasi masalah-masalah atau untuk mendapatkan justifikasi keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung.
- c) Untuk membuat komparasi dan evaluasi.
- d) Untuk mengetahui apa yang dikerjakan oleh orang-orang lain dalam menangani masalah atau situasi yang sama, agar dapat belajar dari mereka untuk kepentingan pembuatan rencana dan pengambilan keputusan di masa depan (Suryabrata, 2003:76)

Dari penelitian metodologi kualitatif deskriptif ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran utuh yang lebih jelas dan mendalam mengenai manajemen *event* konser musik "Tembang Abadi Koes Plus".

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Calipso *Café* yang berlokasi di areal Taman Wisata Ria Purawisata, Jalan Brigjend. Katamso Yogyakarta.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Dokumentasi**

Untuk mengumpulkan data dan teori, penulis memanfaatkan berbagai macam data dan teori dokumentatif yang dikumpulkan dengan memanfaatkan buku-buku, majalah, koran, makalah, sumber-sumber informasi non manusia sebagai penunjang penelitian (kliping koran, agenda hasil penelitian) dan rekaman atau catatan (laporan harian, kebijakan Calipso *Cafe*, serta bahan-bahan tertulis lainnya yang ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti).

### **b. Wawancara atau *interview***

Wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Narbuko dan Achmadi, 2007:83).

Dalam wawancara pertanyaan dan jawaban diberikan secara verbal. Biasanya komunikasi ini dilakukan dalam keadaan saling berhadapan, namun komunikasi dapat juga dilakukan melalui telepon. Wawancara tidak sekedar omong-omong atau percakapan biasa, walaupun keduanya berupa interaksi verbal.

Dalam interview diperlukan kemampuan untuk menangkap buah pikiran orang lain dengan cepat.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan di Calipso Cafe dengan mereka yang terlibat secara langsung dalam penyelenggaraan *event* konser musik "Tembang Abadi Koes Plus di Calipso Cafe Purawisata Yogyakarta, yakni: Marketing Calipso Cafe, Program Manager Calipso Cafe dan pengunjung atau penonton gelaran *event* TAKP.

### **c. Observasi**

Observasi atau pengamatan merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Narbuko dan Achmadi, 2007:70). Dalam penelitian ini pengamatan dilakukan langsung pada obyek penelitian yaitu dengan mengamati bagaimana jalannya pelaksanaan konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Cafe dan bagaimana kegiatan *event* manajemen acara tersebut untuk mengetahui apakah pelaksanaan yang dilakukan telah sesuai dengan perencanaan.

## **4. Teknik Pengambilan Informan**

Teknik sampling dalam penelitian kualitatif merupakan suatu teknik untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber. Tujuan dari teknik sampling adalah untuk merinci kekhususan yang ada ke dalam ramuan konteks yang unik untuk menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul (Moleong, 2002:165).

Adapun teknik pengambilan sample pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sample*. Teknik ini berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Jadi ciri-ciri atau sifat-sifat yang spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sampel (Narbuko dan Achmadi, 2007:70).

Kriteria-kriteria yang dipertimbangkan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam gelaran konser musik "Tembang Abadi Koes Plus". Informan yang diambil dalam penelitian ini adalah:

- 1) *Marketing Executive Calipso Café.*
- 2) *Program Manager Calipso Café.*
- 3) Penonton / pengunjung gelaran event Tembang Abadi Koes Plus.

Dimana mereka merupakan orang-orang yang terlibat secara langsung dalam penyelenggaraan event konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Café Purawisata Yogyakarta.

## **5. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data penelitian ini adalah dengan menggunakan data kualitatif yang banyak digunakan pada penelitian deskriptif. Data kualitatif dinyatakan dalam kalimat atau uraian. Bogdan dan Taylor mendefinisikan analisis data sebagai proses yang rinci usaha secara formal untuk menemukan, dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis (Moleong, 2002:103).

Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan, data-data dari sumber informasi non-manusia seperti klipng koran dan bahan-bahan tertulis lainnya yang ada relevansinya dengan masalah yang akan diteliti serta data hasil pengamatan atau observasi akan diolah. Peneliti akan mencari makna dari data-data yang terkumpul dan menyusun pola hubungan tertentu yang ada untuk ditafsirkan ke dala satu kesatuan informasi. Data-data tersebut kemudian akan dihubungkan. Hubungan dari data-data tersebut akan menghasilkan kesimpulan dan jawaban atas pertanyaan yang ada yakni manajemen event konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Cafe Purawisata Yogyakarta.

## **6. Uji Validitas Data**

Dalam penelitian ini digunakan triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam penelitian ini digunakan triangulasi dengan sumber-sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan :

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.

- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah/tinggi, orang pemerintahan.
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Moleong, 2002:178).

Penulis menggunakan konsep triangulasi data dengan melakukan *cross check* dengan pihak yang terkait, penulis lebih cenderung menggunakan poin yang pertama yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara. Penulis melakukan observasi langsung untuk mendukung data hasil wawancara tersebut dan nantinya penulis akan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara yang dilakukan kepada informan.

## **G. SISTEMATIKA PENULISAN**

Dalam penelitian ini akan dibagi dalam 4 bab, yang terdiri dari: Bab Satu adalah pendahuluan, bab ini berisi tentang situasi dan kondisi yang berkaitan dengan manajemen event gelaran acara konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Café, kemudian perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori yang berisi teori-teori yang mendukung untuk melakukan hipotesa terhadap hasil penelitian serta metode penelitian yang dijadikan acuan dalam melakukan setiap langkah ketika melakukan penelitian. Bab

Satu juga berisi teknik analisis data dan yang terakhir adalah sistematika penulisan.

Bab Dua adalah bab yang berisi tentang segala macam hal yang berkaitan dengan tempat penelitian, yang meliputi sejarah Calipso *Cafe*, awal mula digelar acara "Tembang Abadi Koes Plus", Bab Dua juga berisi tentang sistem manajerial Calipso *Café* Purawisata.

Bab Tiga dalam penelitian ini berisi tentang penyajian dan analisis data. Bab terakhir yaitu Bab Empat, berisi tentang dua hal yakni kesimpulan yang merupakan hasil pengumpulan data dan pengolahan data yang diperoleh melalui wawancara dengan narasumber, data-data berupa dokumentasi serta analisa data dari manajemen *event* Calipso *Café* pada penyelenggaraan acara konser musik "Tembang Abadi Koes Plus". Maka akan ditarik kesimpulan dan saran-saran yang dapat diberikan setelah melakukan analisa terhadap pelaksanaan program.