

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia lebih dari 80% wilayah teritorialnya adalah laut, maka dari itu juga Indonesia disebut sebagai negara maritim terbesar di dunia (Sumber: www.muranews.com/berita-288-republik-indonesia-adalah-sebuah-kepulauan-terbesar-.html diakses pada 9 Juli 2014). Laut sebagai penghubung bangsa dalam konteks masyarakat multikultur. Kalimantan Selatan (Kalsel) serta kekayaan alam di dalamnya adalah salah satu bukti keindahan dan kekayaan Indonesia. Keaneka ragaman budaya serta kecantikan alamnya telah banyak dilirik oleh para *investor* dalam berbagai bidang seperti pertambangan batu bara. Namun demikian beragam keindahan ini ternyata masih sangat sedikit digali, dalam arti lain masih banyak potensi daerah yang belum tergali yang tersimpan di dalamnya.

Banjarmasin sebagai ibu kota dari Kalimantan Selatan juga dijadikan sebagai kota Utama Pariwisata di Kalsel. Sektor pariwisata di daerah Kalimantan Selatan tergolong sangat potensial untuk dikembangkan lebih maju lagi. Provinsi ini memiliki potensi wisata yang beragam, yaitu berupa wisata alam, wisata sejarah dan wisata budaya. Wisata alam diantara lain berupa pemandangan alam aliran sungai yang panjang nan lebar, pantai, air terjun bertingkat dan pegunungan dengan hutan tropis yang dihuni oleh beraneka ragam flora dan fauna endemik Kalimantan. Begitu juga dengan wisata budaya,

dengan latar belakang sejarah dan aneka ragam seni dan budaya yang unik dan menarik di Kalsel. Di kota ini ada sejumlah perhelatan pariwisata yang sering menjadi perhatian para wisatawan, antara lain pasar Wadai Ramadhan, pemilihan Nanag Galuh, festival budaya dan festival Jukung hias dan Tanglong.

Kehidupan di kota Banjarmasin memang tidak terpisahkan dari sungai Barito dan beserta anak-anak sungai lainnya. Sejak dahulu Banjarmasin memegang peranan strategis dalam lalu lintas perdagangan antar pulau, karena terletak pertemuan antara sungai Barito dan sungai Martapura yang luas dan dalam. Terletak 22 km dari laut Jawa, sungai-sungai tersebut tentunya dapat dilayari oleh kapal besar sehingga kapal-kapal Samudera merapat hingga kota Banjarmasin. (Sumber : <http://www.banjarmasinkota.go.id/banjarmasin/profile/sejarah.html> diakses pada tanggal 9 Juli 2014)

Bentangan alam yang begitu luas dan banyaknya aliran sungai besar seperti sungai Martapura dan Sungai Barito maka tak heran Banjarmasin dikenal dengan julukan kota seribu sungai. Karena dari sungailah keberlangsungan hidup orang Banjar tetap terjaga. Salah satu bentuk upaya melestarikan budaya Banjar adalah dengan diselenggarakannya Festival Jukung Hias dan Tanglong yang diselenggarakan setiap tahun, biasanya bertepatan dengan Hari Jadi Kalimantan Selatan dan merupakan salah satu bagian dari Festival Budaya Pasar terapung. Festival ini diadakan di atas aliran sungai Martapura. Festival yang diadakan setiap bulan September ini mengundang masyarakat Banjarmasin untuk turun ke kota guna memeriahkan acara. (Sumber : <http://www.banjarmasinkota.go.id/wisata/event-wisata/festival-jukung-hias.html> diakses pada tanggal 9 Juli 2014).

Jukung hias adalah perahu kecil mirip seperti kano terbuat dari kayu yang kemudian diberi hiasan sebagus dan seunik mungkin. Hiasan tersebut ada yang berupa Naga, rumah adat Banjar dan lain sebagainya. Para peserta festival Jukung hias juga diwajibkan mengenakan pakaian adat khas Banjar agar terlihat lebih meriah dan menarik. Festival Jukung hias ini diikuti oleh hampir semua daerah di Kalsel dari tingkat kabupaten hingga kelurahan. Menurut panitia penyelenggara, festival ini dimaksudkan untuk mengenang budaya Suku Banjar yang dekat dengan kehidupan air. Selain itu, perlombaan yang diikuti berbagai suku ini juga dimaksudkan untuk mempererat persatuan antaretnis di Kalimantan. Setidaknya, ajang tahunan tersebut diharapkan dapat menjadi daya tarik wisata di Kalsel. (sumber : <http://www.disporbudpar.kalselprov.go.id/perahu-tradisional>, diakses pada 26 juni 2014).



(Gambar 1: Jukung tradisional)



(Gambar 2: Jukung Hias)

Kemeriahan acara festival Jukung hias ini tidak lepas dari peranan pemerintah kota Banjarmasin dan dinas kebudayaan dan pariwisata Kalimantan Selatan dalam memanaj festival budaya ini. Semua itu terlihat dari banyaknya masyarakat yang terjun menuju pusat kota dan tepian sungai Martapura sebagai tempat berlangsungnya acara festival Jukung hias. Antusias masyarakat setempat yang ingin melihat festival secara langsung tidak hanya dari Kalsel, namun banyak juga yang dari luar provinsi seperti Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Jawa, Sulawesi hingga turis mancanegara yang memang sudah mengetahui akan adanya festival budaya ini dari jauh-jauh hari. Tentunya hal ini sudah bagian dari perencanaan dan strategi pemerintah kota Banjarmasin dan dinas kebudayaan dan pariwisata guna memperkenalkan adat dan budaya Kalsel melalui *event* festival Jukung hias dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Banjarmasin.

Event merupakan salah satu media untuk menarik publik terhadap merek, ataupun menjadi saran sebuah kota. Kegiatan *event* yang sukses akan menciptakan citra positif

dari masyarakat ataupun target sasaran dari *event* tersebut. Begitupun dengan beberapa kota di dunia, mereka mulai banyak yang memanfaatkan *event* untuk menambah atau meningkatkan citra mereka, menunjukkan perkembangan masyarakat dan menarik pengunjung dan ivenstasi. Kenyataan tersebut sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Getz bahwa *event* dapat dijadikan alat untuk memperbaiki ekonomi, insfastruktur dan meningkatkan citra sebuah kota (Getz, dalam Richard & Wilson, 2003:1).

Event yang digunakan untuk meningkatkan citra sebuah kota biasanya berbentuk *event* besar dan special, seperti *event* olahraga, *world fair*, ataupun festival budaya. *Event* besar tersebut menjadi alat untuk menaikkan citra sebuah kota, dan memberi penduduk kebanggaan terhadap kota mereka. Kerena citra dari sebuah tempat akan sangat penting untuk pengunjung. Misalnya kota Milan di Italia yang dikenal dengan *event* fashion show. Sampai pada akhirnya mendapat predikat salah satu kota mode di dunia. Begitu pula dengan kota Cannes di Perancis yang dikenal dunia karena adanya festival film yang diadakan tiap tahun di kota tersebut.

Pentingnya manajemen *event* dalam festival tahunan ini, mengingat *event* ini tidak hanya sekedar hiburan untuk rakyat belaka, namun juga sebagai bentuk pelestarian budaya Banjar yang sudah ada dari jaman dulu. Maka dinas kebudayaan dan pariwisata melakukan manajemen *event* dengan berbagai cara. Diantaranya melakukan promosi (menyebarkan brosur-brosur, mengiklankan melalui media cetak dan elektronik), melakukan perencanaan dan pengevaluasian.

Salah satu manajemen *event* yang dilakukan untuk festival Jukung Hias ini yaitu dengan berbagai perencanaan dari pemilihan lokasi, menentukan tema, mengkoordinasi

antar pihak panitia dan penentuan jadwal festivalnya. Karena ini *event* budaya tahunan yang bertepatan dengan hari jadi Kalsel, maka manajemen *event* sendiri harus benar-benar ditangani dengan cermat. Namun pada praktiknya, manajemen yang dilakukan dalam pelaksanaan festival Jukung Hias tidaklah mulus. Ada beberapa kendala yang dihadapi dalam manajemen festival Jukung hias. Kendala tersebut misalnya tingginya biaya promosi yang harus dikeluarkan sementara dukungan biaya operasional dan pemasukan yang diperoleh dari kunjungan wisatawan masih sangat minim.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Kalimantan Selatan dapat di lihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1

Jumlah kunjungan wisatawan ke Kalimantan Selatan tahun 2009-2013

Tahun	Rincian Data				
	Domestik		Mancanegara		Jumlah
	Target	Capaian	Target	Capaian	
2009	342.365	380.406	22.130	22.815	403.219
2010	373.001	414.446	22.709	23.412	441.858
2011	423.251	502.046	23.666	24.398	526.444
2012	469.854	522.060	24.166	25.220	547.280
2013	470.115	522.350	24.863	25.435	547.785

(Sumber: Dinas Seni, Budaya dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan)

Selain itu juga data kunjungan meningkat setelah digelarnya festival Jukung Hias di bulan September 2013 meningkat dua kali lipat dari bulan-bulan sebelumnya, karena ketika digelarnya festival Jukung Hias diperkirakan pengunjung yang datang mencapai

angka 5000-6000 pengunjung yang hadir. (Sumber: Dinas kebudayaan dan pariwisata Kalsel)

Berdasarkan data dari tabel diatas setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah wisatawan, oleh karena itu menarik dilakukan penelitian lanjut tentang manajemen *event* “Festival Jukung Hias kebudayaan dan pariwisata Kalimantan Selatan”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah: “Bagaimana manajemen *event* Festival Jukung Hias di Kalimantan Selatan 2013”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan manajemen *event* festival Jukung Hias di Kalimantan Selatan 2013.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan *event* festival Jukung Hias.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang bermanfaat untuk kajian pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan manajemen *event* festival budaya.

2. Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi satu referensi dan dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam melakukan manajemen *event*.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian *Event*

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan dalam waktu tertentu, diluar keseharian seorang, baik budaya, adat, tradisi, agama, maupun organisasi yang mempunyai tujuan sebagai pencerahan, perayaan, hiburan, maupun tantangan bagi sekelompok manusia. Hal ini sesuai dengan teori dari Uyung Sulaksana (2003:83) yang menyatakan bahwa *event* merupakan suatu peristiwa-peristiwa yang dibuat untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada *audiens*. Selain untuk mengkomunikasikan pesan, *event* juga dapat digunakan sebagai suatu sarana untuk mewujudkan tujuan dari penyelenggara.

Bentuk *event* sangatlah beragam, salah satunya adalah festival. Festival adalah bentuk *event* yang lebih bertujuan memberikan hiburan bagi *audiensnya*, baik dalam bentuk kesenian, budaya, permainan ataupun penjualan produk. Karakteristik festival antara lain: melibatkan banyak peserta, tujuan utamanya menghibur khalayak, menunjukkan eksistensi perusahaan atau instansi, beragam sajian bisa disajikan sekaligus, biasanya ada satu tema yang diangkat, dan khalayak sasaran spesifik (Goldbatt, 2002:11).

2. Manajemen *Event*

Menurut Any Noor (2009:7) setiap *event* mempunyai tujuan utama untuk apa diselenggarakan. Salah satu tujuan utama dari *event* adalah pada target sasaran atau target pengunjung yang diharapkan akan hadir dalam *event* yang akan diadakan. Dalam buku *Event Manajemen* nya juga diungkapkan kunci utama suatu *event* adalah pengunjung mengetahui manfaat apa yang akan didapat melalui sebuah *event* (2009:179). *Event* yang diadakan memang bertujuan untuk mendatangkan jumlah pengunjung yang mencapai target atau bahkan yang melebihi target yang diharapkan dan ditetapkan. Karena jumlah pengunjung yang sesuai atau melebihi target adalah satu kesuksesan sebuah *event*. (dalam jurnal web
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:f3_9Q5LvV9IJ:library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2DOC/2011-2-00812-MC%2520Bab2001.doc+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=id diakses pada tanggal 1 Agustus 2014).

Menyelenggarakan sebuah *event* besar yang berhubungan dengan sebuah kota, akan sangat bermanfaat untuk dapat mengkomunikasikan sebuah merek atau identitas baru dimana nantinya berpengaruh untuk dapat mengembangkan kota tersebut menjadi sebuah Daerah Tujuan Wisata (DTW). Dapat dilihat bahwa kesuksesan sebuah *event* akan menjadi salah satu alat yang ampuh untuk mensukseskan ketertarikan akan sebuah kota, khususnya peningkatan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Secara umum, dapat diambil kesimpulan *event* sebagai satu 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.

Event sebuah daerah dapat memiliki banyak manfaat, seperti halnya menarik minat wisatawan untuk datang dan menikmati segala budaya yang dimiliki daerah tersebut. Pemerintah daerah tentunya mempunyai kalender khusus untuk menyelenggarakan sebuah *event* khusus untuk peringatan khusus, misalnya, hari ulang tahun kota, upacara adat dan sebagainya. Dari sini dapat dilihat beberapa alasan mengapa sekarang banyak pemerintah daerah mendanai kegiatan yang bersifat festival atau pameran untuk daerahnya:

a. Jumlah Kedatangan Pengunjung atau Wisatawan Pada *Event* Yang Diselenggarakan.

Event dinilai sukses tentunya apabila mampu mendatangkan pengunjung dalam jumlah sesuai target yang diharapkan. Dampak peningkatan jumlah kehadiran pengunjung atau wisatawan akan meningkatkan ekonomi daerah setempat. Hal ini terjadi karena baik wisatawan ataupun pengunjung membutuhkan fasilitas selama mereka berada di tempat *event*. Pengeluaran pengunjung dan wisatawan tentunya berdampak pada ekonomi daerah setempat.

b. Pengalaman Budaya Bagi Masyarakat Setempat.

Banyak masyarakat tidak mengetahui budaya yang ada di daerahnya. Dengan adanya *event* yang memperlihatkan budaya pada pengunjung tentunya masyarakat juga dapat ikut

menikmati budaya yang belum pernah dilihat sebelumnya. Hal seperti ini banyak terjadi di negara yang sudah mendapat banyak pengaruh dari luar, sehingga perlu bagi pemerintah daerah untuk terus menampilkan budaya bentuk festival di tempatnya.

c. Peningkatan Sumber Daya Manusia.

Dengan kemampuan yang dimiliki dan seringnya *event* diselenggarakan, maka kemampuan mereka mengelola *event* akan menjadi baik. Hal ini juga sebagai poin utama bagi pegawai dan penyelenggara kegiatan amatir. Kerjasama ini dimungkinkan untuk meningkatkan potensi yang dimiliki oleh baik penyelenggara atau profesional untuk dapat berkembang dan bekerjasama. (Noor, 2009:6).

Dengan adanya *event* yang nantinya akan terjadi suatu kebanggaan daerah tersebut yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, maka ada keuntungan yang akan diperoleh, apalagi jika tujuan khususnya untuk menarik wisatawan, seperti yang telah dijelaskan diatas, maka tentunya berdampak besar pada bidang pariwisata dan ekonomi, yang satu sama lain saling berkaitan. Berikut beberapa dampak positif pada sisi ekonomi dan pariwisata yang timbul dari penyelenggaraan *event* adalah:

1. Banyak penyelenggaraan *event* dilakukan didaerah tujuan wisata, sehingga satu kali kegiatan, daerah tujuan wisata juga ikut dipromosikan. Saat ini mulai banyak *event* diselenggarakan di daerah yang masih belum banyak dikenal masyarakat, penyelenggaraan *event* akan membantu mempromosikan daerah tersebut selain sebagai tempat penyelenggaraan *event*, juga sebagai daerah tujuan wisata.

2. *Event* merupakan suatu kegiatan yang dapat menarik turis untuk berkunjung. Jenis *event* yang diselenggarakan akan meningkatkan pengeluaran wisata dan lama tinggal di daerah tujuan yang sedang diselenggarakan *event*. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan pendapatan bagi daerah diselenggarakannya *event*. Pemerintah biasanya menggunakan *event* sebagai atraksi wisata yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang.
3. Sebagai dampak ekonomi yang muncul dari *event*, jumlah pengeluaran turis terbagi pada biaya perjalanan, akomodasi, restoran, belanja dan pelayanan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata.
4. Peningkatan jumlah lapangan kerja yang terjadi karena adanya *event*. Pekerjaan yang tersedia pun beragam dan dapat dikerjakan oleh orang dari berbagai kalangan usia dan jenis keterampilan.
5. Karena banyaknya penggunaan barang yang diperlukan untuk terlaksananya *event* didatangkan dari luar negeri, maka peningkatan juga terjadi di sektor pajak (Noor, 2009:36).

Fungsi dari *event* disini yaitu menciptakan suatu proses pengakraban antara dinas kebudayaan dan pariwisata atau festival budaya dengan adanya *event* sponsorship, media massa akan meliputnya tanpa kita harus membayar ruang media, dan liputan tersebut akan didengar, dilihat dan dibaca oleh masyarakat luas. Reputasi perusahaan atau instansi dimata publik pun akan meningkat karena ketersediaan *event* dalam memikul tanggung jawab sosial sehingga sikap dan pandangan masyarakat akan lebih baik.

3. Perencanaan *Event*

Dalam merencanakan sebuah *event* hendaknya ketahuilah dulu tujuan yang ingin disampaikan kepada target. Tujuan dari *event* nantinya akan berdampak untuk dapat mengetahui bagaimana keberhasilan *event* dapat mempengaruhi untuk dapat menyaksikan merek dari produk atau jasa yang akan dikenalkan. Perencanaan *event* yang akan diselenggarakan hendaknya dipikirkan secara matang agar nantinya pelaksanaannya tidak meleset dari yang telah direncanakan.

Langkah paling awal dalam perencanaan adalah membuat *draft* rencana *event*, yaitu mengumpulkan sebanyak mungkin ide yang masuk dan mengidentifikasi isu utamanya. Selanjutnya ide ini didiskusikan dan disusun secara sistematis oleh komite penyelenggara *event* untuk mendapat masukan dari beberapa penasihat. Setelah mendapatkan sebuah ide untuk dikembangkan dan dilaksanakan, tahap awal perencanaan adalah riset, yaitu pendekatan terhadap lingkungan penyelenggaraan kegiatan dan pencarian informasi.

Menurut Indro Kimpling Suseno (2009:46), terdapat beberapa hal yang perlu direncanakan dalam pembuatan *event* yaitu:

a. Lokasi Pementasan

Lokasi penyelenggaraan sangat menentukan kesuksesan dari sebuah *event*. Langkah pertama dalam perencanaan *event* adalah menentukan lokasi. Lokasi yang tepat ditentukan dari konsep *event* seperti apa yang akan dijalankan, kestrategisan tempat, dan bagaimana fasilitas yang tersedia di lokasi tersebut. Penentuan lokasi akan ikut menentukan berapa banyak pengunjung atau peserta yang datang. Selain itu penyelenggaraan *event*

mempengaruhi atmosfir suasana pertunjukan untuk mempengaruhi emosi penonton. Selain itu, pemilihan waktu yang tepat juga menentukan kesuksesan dari suatu *event*.

b. Nama Pementasan

Penyusunan sebuah *event* selanjutnya adalah menentukan nama dari *event* tersebut. Nama yang mampu mempresentasikan apa yang ingin disampaikan dalam *event* tersebut. Nama *event* mempunyai pengaruh terhadap penonton ataupun sponsor, sehingga harus dipikirkan serius dengan mencari alternatif yang memungkinkan sebanyak mungkin. Kemudian merumuskan apa tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan *event* tersebut, dan juga melakukan perhitungan anggaran yang dibutuhkan selama *event* berlangsung, agar semua kebutuhan dalam pembuatan *event* dapat terpenuhi sehingga dapat berjalan dengan baik.

c. Materi *Event*

Perencanaan materi juga perlu mendapatkan perhatian dalam merancang sebuah *event*. Materi dari sebuah *event* berupa perencanaan awal pementasan target pengunjung, tema dan konsep dari sebuah acara. Selain itu juga menentukan siapa saja pengisi acara yang terlibat dengan tema *event* yang telah dibuat.

d. Promosi

Promosi adalah kunci kesuksesan dari sebuah *event*. Untuk itu promosi yang dilakukan harus menarik perhatian masyarakat, inovatif, kreatif, dan persebaran yang merata sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dengan demikian semakin banyak jumlah penonton yang ditargetkan, maka akan semakin banyak pula alokasi dana serta kuantitas alat-alat dan media promosi yang digunakan.

e. Panggung dan Dekorasi

Faktor lain dari sebuah kesuksesan *event* adalah penggunaan dekorasi dan tata panggung yang menarik. Dengan demikian tata panggung harus menjadi perhatian bagi penyelenggara agar *event* yang digelar lebih terlihat menarik. Akan tetapi yang diperhatikan adalah kesesuaian dekorasi dan tata panggung dengan konsep dan tema acara. Panggung yang baik harus mampu menjelaskan dan menegaskan tema dan konsep dari *event* itu sendiri.

f. Tata Suara dan Lampu Penampil

Pada tampilan ini syarat *event* yang baik bersifat teknis. Peralatan, tata lampu, dan audio, akan sedikit banyak mempengaruhi asumsi khalayak terhadap sebuah *event* sehingga tetap harus diperhatikan dan dipersiapkan secara matang agar memiliki kualitas yang baik.

g. Klimaks Susunan Acara

Penyusunan jadwal acara secara detail mutlak dilakukan dalam penyelenggaraan *event*. Hal ini penting dilakukan agar tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan. Penyusunan ini juga memudahkan bagi pengisi acara untuk mempersiapkan diri.

h. Faktor Pendukung Lainnya

Tidak kalah penting untuk diperhatikan adalah faktor pendukung, seperti penyediaan makanan dan minuman, keamanan, fasilitas umum, ataupun tiket acara apabila diperlukan. Transportasi sebagai media penghubung juga menjadi salah satu elemen penting dalam penyusunan sebuah *event*. Fungsi dari perencanaan transportasi adalah

memudahkan dan memperlancar pembuatan *event*. Tidak hanya itu, tetapi juga penyediaan tempat parkir bagi pendukung acara ataupun pengunjung juga harus diperhatikan, karena rasa aman akan membuat pengunjung lebih betah untuk berlama-lama dalam sebuah *event*.

Senada dengan penjelasan Suseno mengenai perencanaan sebuah *event*, Ruslan (2002:244-245) kemudian menambahkan beberapa factor yang dapat mendukung keberhasilan dalam pelaksanaan sebuah *event*, factor tersebut antara lain:

a. Penyusunan Jadwal

Dimulai dari perencanaan, persiapan, sampai dengan pelaksanaan kegiatan special *event* itu sendiri. Serta dukungan dana, fasilitas, dan manajemen. Terakhir bagaimana evaluasi yang dilakukan.

b. Personel yang terkait

- 1) Siapa saja pengisi acara dan penuntun acara (*master of ceremony*), dan bagaimana kesiapan dari pengisi dan penuntun acara.
- 2) Siapa pengunjung yang akan hadir. Susunan tamu yang hadir apakah terdiri dari pembeli undangan, pejabat tinggi atau kalangan eksekutif.
- 3) Siapa saja yang diajak kerjasama dalam *event* tersebut. Kemudian apa kedudukan pihak tersebut, sebagai sponsor ataupun mitra bisnis.

c. Tujuan dari *event* tersebut

Bagaimana tujuan dari diadakannya *event* tersebut. Apakah berkaitan dengan kepentingan tertentu, seperti misalnya:

- 1) Pengenalan (*awareness*) dan meningkatkan pengetahuan (*knowledge*) terhadap lembaga/perusahaan yang ingin ditampilkan.

- 2) Suatu proses publikasi melalui komunikasi timbal balik yang pada akhirnya memperoleh publisistas yang positif
- 3) Memperhatikan itikad baik dari lembaga ataupun produk yang diwakili, dan seklaigus memberikan kesan atau cerita positif terhadap masyarakat sebagai publik sarannya.
- 4) Upaya mempertahankan penerimaan masyarakat.

Dalam penyelenggaraan sebuah *event* perlu dipertimbangkan tentang kelayakan dari penyelenggaraan *event* tersebut. Sehingga untuk menghindari kerugian sekecil mungkin bagi pihak yang terkait. Jika memang terdapat kerugian ataupun kesalahan, itu akan menjadi evaluasi dalam penyelenggaraan *event* berikutnya.

4. Pelaksanaan *Event*

Pada saat pelaksanaan, jika pelaksanaan semakin tepat dengan perencanaan semula maka akan semakin sukses sebuah *event* tersebut (Bertrik:2006:62). Namun pada saat hari H sering terjadi hal-hal diluar dugaan kita. Jika sebuah *event* secara keseluruhan dapat dilalui dengan mulus, segala kekurangan dan hambatan tidak diketahui pihak selain panitia, acara itu telah dianggap sukses. Biasanya bila terjadi hal-hal diluar dugaan tim harus tetap tersenyum dan segera mencari solusi kreatifnya.

Menurut Pudjiastuti, sebelum *event* dilaksanakan, manajer acara harus melakukan persiapan dengan meneliti kesiapan terhadap setiap komponen yang akan terlibat. Komponen-komponen tersebut antara lain (Pudjiastuti, 2010:87):

- 1) Periksa persiapan setiap kegiatan (bagian publikasi, bagian pameran, bagian konsumsi, hiburan dan lain sebagainya)
- 2) Rekonfirmasi setiap pihak yang akan terlibat (keamanan, catering, pengisi acara, MC, parkir, bagian teknis dan lain sebagainya)
- 3) Periksa ketersediaan dan kesiapan pakai setiap fasilitas yang dibutuhkan (toilet, tempat parkir, kondisi AC, ruang pertemuan, kursi meja, penerangan, fasilitas untuk media, dan sebagainya)
- 4) Periksa media yang akan meliput kegiatan (media apa saja yang akan meliput, personal media yang akan datang, baik secara cetak maupun elektronik)
- 5) Periksa *sponsorship* (kompensasi yang akan diberikan kepada pihak sponsor dan dana atau produk yang dijanjikan pihak sponsor)
- 6) Periksa kondisi panggung, pameran dan tempat pelaksanaan acara seperti dekorasi, kekuatan panggung dan listrik).

Pada tahapan ini biasanya segala perencanaan dalam *event* tersebut mulai untuk dieksekusi. Anggota tim akan melaksanakan rencana yang telah dirancang pada tahap *planning*. Oleh karena itu meneliti kembali setiap komponen yang terlibat sangat penting untuk dilakukan. Salah satu kegiatan yang biasanya dilakukan untuk melihat kesiapan pelaksanaan *event* adalah dengan melakukan gladi bersih. Pudjiastuti (2010:88), menyatakan bahwa gladi bersih adalah kegiatan yang mencoba dan mengecek apakah setiap komponen kegiatan telah siap. Maka dari itu melakukan gladi bersih merupakan langkah yang sangat penting.

Tahapan ini merupakan implementasi dari perancangan dan perencanaan *event*. Setiap komponen kegiatan yang telah dirancang mulai dilaksanakan oleh pihak yang

bertanggung jawab. Dalam pelaksanaannya, *event* akan melibatkan banyak pihak. Oleh karena itu demi kelancaran *event* perlu adanya koordinasi yang baik oleh manajer *event*.

Jumlah pihak yang terlibat juga mempunyai pengaruh pada saat penyelenggaraan *event*. Karena semakin banyak orang yang terlibat akan semakin sulit juga untuk melakukan koordinasi. Bekerja dalam tim memerlukan koordinasi yang baik agar pelaksanaan *event* mendapatkan hasil yang baik juga. Namun menurut Goldbatt (2002, dalam Pudjiastuti, 2010:97) ada beberapa hal yang harus menjadi perhatian saat melakukan koordinasi, yaitu faktor komunikasi, kepentingan pribadi, komitmen, kepercayaan dan kerjasama. Selain beberapa faktor diatas, Pudjiastuti menambahkan beberapa faktor antara lain: tanggung jawab, disiplin, dan dukungan pimpinan (Pudjiastuti, 2010:97).

5. Evaluasi

Tahapan ini merupakan penilaian atau *review event* yang telah dijalankan. Penilaian tersebut berkaitan dengan kesesuaian *event* dengan perencanaan sebelumnya. Disini kita bisa melihat kesuksesan atau kegagalan dalam penyelenggaraan *event*, serta faktor-faktor yang mempengaruhi hasil tersebut. Tahapan ini penting dilakukan karena dapat digunakan juga sebagai acuan untuk *event* selanjutnya.

Evaluasi ditujukan untuk mendapatkan *feedback* dari seluruh *team* tentang kelebihan dan kekurangan *event* yang telah diselenggarakan, sehingga dapat untuk meningkatkan pelaksanaan *event* yang akan datang. Evaluasi yang dilakukan setelah acara dilangsungkan secara internal sekaligus merupakan acara pembubaran panitia (Bertrik, 2006:47-48).

Selain itu penilaian terhadap efektifitas program, implementasi perencanaan, sampai tercapai atau tidaknya tujuan *event*, ditentukan dari penilaian hasil evaluasi.

Evaluasi sendiri sebenarnya terdiri atas tiga jenis:

- 1) *Pre-event evaluation*, merupakan evaluasi yang biasanya dilakukan sebagai suatu analisis kelayakan atau digunakan untuk mengevaluasi konsep.
- 2) *The monitoring and control process*, biasanya dilakukan selama masa implementasi kegiatan *event* yang bertujuan memastikan kesesuaian perencanaan dan pelaksanaan *event*.
- 3) *Post-event evaluation*, merupakan evaluasi yang ditujukan untuk menilai hasil akhir pelaksanaan *event* dan bagaimana cara mengembangkan *event* (Allen et al, 2010:492).

Evaluasi pasca *event* ditujukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesuksesan suatu *event*. Selain itu juga dapat dilakukan sebagai upaya untuk mengevaluasi tim dalam proses koordinasi atau *organizing event*, dan juga memberikan informasi dari hasil observasi bagi *event* yang akan dilaksanakan selanjutnya. Hal itu dapat dilakukan dengan hasil data dan analisis yang obyektif dari *event* yang telah dilaksanakan.

Oleh karena itu penting adanya untuk dilakukan evaluasi pasca penyelenggaraan *event*. Karena selain sebagai alat untuk identifikasi dan evaluasi dari *event* yang telah berlangsung. Data dan hasil analisis tersebut juga dapat digunakan sebagai bahan informasi ketika organisasi akan melanjutkan atau mengadakan suatu *event* baru.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, karena sifat data yang dikumpulkan bercorak kualitatif tidak menggunakan alat-alat pengukur. Metode kualitatif menghasilkan data-data deskriptif, dan mendeskripsi dalam bentuk kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang, serta mengamati perilaku, motivasi dan persepsi. (Meleong, 2008:6).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang sering digunakan dalam penelitian mengenai status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu peristiwa yang sedang berlangsung. Dengan metode deskriptif peneliti harus mampu mendeskripsikan, menggambarkan, atau melukiskan secara sistematis mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti dengan faktual dan akurat (Nazir, 2003:54).

Lebih lanjut, metode deskriptif secara harfiah merupakan metode penelitian dengan jalan membuat gambaran mengenai suatu situasi maupun kejadian, sehingga metode ini akan menyajikan data dari hasil akumulasi yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif ini lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. *Ketiga*, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Meleong, 2008:9).

Selain itu, penelitian dengan menggunakan metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan, meragukan berbagai keadaan, situasi, atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, dan mencoba menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2009:68).

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan bulan Agustus di kantor dinas pemuda olahraga kebudayaan dan pariwisata Banjarmasin, Kalimantan Selatan dengan obyek penelitian Jukung Hias. Berlokasi di Jalan Pramuka No. 4 Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Karena untuk mendapatkan data yang valid dan nara sumber yang tepat.

3. Teknik Pengumpulan Data

a) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah setiap bahan baik tertulis maupun dalam bentuk gambar dan lain sebagainya yang dapat digunakan untuk memperluas data yang ada. Dokumentasi telah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. (Meleong, 2008:217). Metode ini digunakan untuk memperoleh landasan penulisan ilmiah maupun hasil penelitian sebelumnya

yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang dimiliki untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan penelitian.

b) Wawancara

Wawancara atau interview adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. (Mulyana, 2002:180).

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara terbuka, dimana wawancara dilakukan dengan terarah dan dilaksanakan secara serta mendalam (*in-depth*), akan tetapi kebebasan yang ada tidak boleh lepas dari pokok pembahasan yang akan dipertanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya. Sifat dari metode ini adalah pewawancara tidak harus terlibat dalam kehidupan sosial informan dan dilakukan secara bertahap.

Wawancara ini mempunyai keunggulan dimana peneliti dapat mengembangkan objek-objek baru dalam wawancara berikutnya karena pewawancara mempunyai waktu panjang diluar informan untuk menganalisis dan mengoreksi hasil wawancara bebas terpimpin dikarenakan pertanyaan tidak mengikuti jalannya wawancara, dan digunakan agar arah wawancara tetap terkendali dan tidak menyimpang dari pedoman yang ditetapkan dari pokok permasalahan (Bungin, 2009:110).

Dalam penelitian ini yang diwawancarai adalah orang yang bersangkutan dengan perencanaan *event*, dalam hal ini adalah Kepala dinas pariwisata Kalsel. Selain itu Seksi pemasaran pariwisata Kalsel juga akan diwawancarai untuk melengkapi data-data yang diperlukan untuk penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Seperti dikutip dalam Meleong (2008:289), mengatakan bahwa inti dari analisis data dalam penelitian kualitatif terletak pada tiga proses yang berkaitan yaitu mendeskripsikan fenomena, mengklarifikasikan, dan melihat bagaimana konsep-konsep yang muncul saling berkaitan satu sama lain. Selanjutnya Matthew B. Miles dan Michael Huberman (1992) sebagaimana diterjemahkan oleh Tjetjep Rohandi bahwa langkah analisis data adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemutusan perhatian atau penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan mengarahkan, membuang yang tidak perlu, mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan, mengkode data, menelusuri tema dan membuat gugus-gugus. Proses transformasi ini akan berlangsung terus hingga data lengkap tersusun.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan upaya penyusunan sekumpulan informasi kedalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah dipahami. Konfigurasi yang sedemikian ini akan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Kecenderungan kognitif manusia adalah menyederhanakan informasi yang kompleks, kedalam satuan bentuk yang dapat dipahami adalah cara utama untuk menganalisis data

kualitatif yang valid. Penyajian ini bisa dengan matrik, grafik atau bagan dan dirancang untuk menggabungkan informasi.

c. Menarik Kesimpulan

Awal permulaan pengumpulan, peneliti mulai mencari makna dari data-data yang telah terkumpul. Selanjutnya peneliti mencari arti dan penjelasan kemudian menyusun pola-pola hubungan tertentu kedalam satu kesatuan informasi yang mudah dipahami dan ditafsirkan. Data yang terkumpul disusun dalam satuan-satuan, kemudian dikategorikan sesuai dengan perincian masalahnya. Data tersebut dihubungkan dan dibandingkan antara satu dengan yang lain sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada. Kegiatan analisis data merupakan proses siklus yang interaktif. Peneliti akan melakukan reduksi data, penyajian dan kesimpulan secara bersamaan dan akan berlanjut dan berulang terus menerus.

5. Trianggulasi Data

Uji keabsahan data ditunjukkan untuk menilai kredibilitas penelitian. Teknik pemeriksaan data yang akan digunakan adalah trianggulasi data. Trianggulasi data menurut Lexy Meleong (2001:178), adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang di luar data sebanding atau pengecekan terhadap data. Keuntungan dari menggunakan trianggulasi data adalah dapat memperjelas validitas data dan hasil penelitian. Cara yang dapat digunakan dalam trianggulasi data dalam penelitian ini adalah trianggulasi dengan sumber, yang dapat dicapai dengan:

- a. Membuat perbandingan antara data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

- b. Membuat perbandingan antara apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membuat perbandingan antara apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membuat perbandingan mengenai keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membuat perbandingan antara hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam hal ini jangan sampai banyak mengharapkan bahwa hasil perbandingan tersebut merupakan kesamaan pandangan, pendapat, atau pemikiran. Yang terpenting adalah bagaimana bisa mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan tersebut (Meleong, 2008:331).

Penggunaan teknik ini hanya akan melampaui tahapan membandingkan hasil dengan data hasil wawancara dan dengan cara membandingkan isi dokumen yang berkaitan dengan apa yang didapatkan.