

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini banyak sekali budaya-budaya barat atau kebudayaan asing yang masuk ke Indonesia. Arus globalisasi saat ini telah menimbulkan pengaruh negatif dalam perkembangan budaya lokal. Perkembangan kebudayaan barat ini membuat banyak generasi muda yang terpengaruh dan lebih menyukai kebudayaan barat. Kasus yang terjadi mengakibatkan banyak kebudayaan milik Indonesia menjadi luntur, bahkan juga mempengaruhi pola hidup masyarakat Indonesia. Padahal Indonesia memiliki aneka ragam budaya yang patut dijaga kelestariannya.

Salah satu bentuk budaya adalah kearifan lokal yang didefinisikan sebagai kekayaan budaya lokal yang mengandung kebijakan (*wisdom*) dan kearifan hidup (kemendikbud, 2016). Kearifan lokal adalah produk budaya masa lalu yang patut terus menerus dijadikan pegangan hidup suatu bangsa. Kearifan lokal tidaklah sama pada tempat dan waktu yang berbeda dan suku yang berbeda pula. Perbedaan ini disebabkan karena tantangan kebutuhan dan alam yang berbeda pada setiap wilayah dan suku. Kearifan lokal merupakan wujud dari perilaku komunitas atau masyarakat tertentu sehingga dapat hidup berdampingan dengan alam/lingkungan tanpa harus merusaknya.

Di Indonesia, kearifan lokal merupakan filosofi serta pandangan hidup yang diwujudkan melalui berbagai kehidupan seperti tata nilai sosial dan ekonomi, kesehatan, arsitektur, tata lingkungan, kesenian, dan sebagainya. Kearifan lokal dalam tata sosial dan ekonomi misalnya budaya ramah tamah, gotong royong, sopan santun, rela berkorban, memiliki etos kerja yang baik, saling menghormati, toleransi, serta peduli kepada sesama. Kearifan lokal dalam kesehatan berupa penggunaan obat-obatan tradisional yang di buat dari bahan-bahan alami seperti jahe, kunir, kelor, dan tumbuhan-tumbuhan bermanfaat lainnya. Lokalitas dalam

arsitektur juga terlihat pada bangunan-bangunan rumah di Indonesia, seperti pendopo dalam arsitektur tradisional Jawa. Pendopo memiliki konsep ruang terbuka yang menjamin ventilasi dan sirkulasi udara tanpa penyejuk ruangan. Pendopo juga berfungsi sebagai tempat berkumpul dan bersosial dengan keluarga, kerabat, maupun tetangga.

Kearifan lokal juga mempengaruhi nilai-nilai masyarakat dalam budaya berkesenian. Seni memiliki daya magis dan harus dimanfaatkan untuk menciptakan pribadi manusia yang baik. Salah satu bentuk kesenian adalah kesenian tradisional. Kesenian tradisional tumbuh dan berkembang di suatu lokalitas didukung oleh masyarakat yang menyepakati aturan adat, serta berlangsung secara turun menurun. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Yoety (dalam Fauzan 2017:2) Kesenian tradisional adalah kesenian yang sejak lama turun temurun dari generasi ke generasi. Berbeda dengan kesenian modern yang cenderung lebih mudah mengadopsi unsur-unsur luar, kesenian tradisional lebih lambat mengalami perubahan.

Menurut Irhandayaningsih (2018:20) Pentingnya seni dan budaya di masyarakat seringkali menjadi hal yang dilupakan. Seni budaya harus menciptakan sebuah kerinduan akan hidup yang abadi. Mampu mengenang budaya melalui kesenian berhubungan dengan edukasi yang bertujuan untuk menyalurkan pesan-pesan sejarah untuk dikenang oleh generasi berikutnya. Menyampaikan nilai-nilai budaya ini sangat penting untuk melestarikan budaya di dalam masyarakat, salah satunya melalui penyelenggaraan *event*.

Menurut Noor (2017:8) *Event* merupakan 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. Jenis *event* salah satunya adalah *event* budaya. *Event* budaya merupakan salah satu media penyampaian pesan-pesan untuk melestarikan budaya suatu daerah yang biasanya menampilkan kesenian, pameran, karnaval, dan festival.

Di Indonesia saat ini banyak terselenggara *event-event* dalam bentuk festival atau karnaval yang bertajuk seni budaya. Selain media untuk mengkomunikasikan pesan-pesan pelestarian budaya dan lingkungan kepada masyarakat, *event* merupakan media mempromosikan pariwisata di daerah. Di Indonesia *event-event* budaya banyak terselenggara di setiap daerah seperti Jember Fashion Carnival, Banyuwangi Festival, Festival Kesenian Yogyakarta, dan masih banyak lagi. Bahkan *event-event* budaya yang diadakan di daerah dapat menggali potensi-potensi yang ada disana untuk dilestarikan. Salah satu daerah yang mengemas *event* kebudayaan menjadi *event* pelestarian adalah Kabupaten Temanggung Provinsi Jawa Tengah.

Event di Kabupaten Temanggung tersebut adalah *Event* Festival Sindoro Sumbing 2019 yang merupakan kegiatan kolaborasi bersama Kabupaten Wonosobo sebagai upaya mengangkat kebudayaan lokal melalui pendekatan kreatif dan ramah lingkungan untuk menuju kelestarian wilayah Sindoro Sumbing yang merupakan dua gunung di Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo. Tema yang diangkat pada acara Festival Sindoro Sumbing 2019 adalah Lestari, lestari yang dimaksud adalah lestari alamnya, lestari budayanya, dan lestari masyarakatnya. Sejalan dengan tema Lestari, Festival Sindoro Sumbing memberikan edukasi dengan menciptakan *venue* berbahan material lokal dan ramah lingkungan, serta memberikan tantangan baru untuk merealisasikan *event* yang minim sampah dengan menyediakan tempat sampah berdasarkan jenisnya, yaitu organik (iso bosok) dan anorganik (ra iso bosok). Pola konsumsi yang disediakan juga memilih kuliner lokal dengan menggunakan kemasan daun pisang dan besek (kotak anyaman bambu).

Tujuan event Festival Sindoro Sumbing 2019 adalah keinginan pemerintah Kabupaten Temanggung untuk memiliki sebuah *event* yang menggerakkan kebudayaan rakyat dan dapat dijadikan *icon* Kabupaten Temanggung untuk meningkatkan semangat gotong royong di tengah masyarakat; meningkatkan peran masyarakat, komunitas, seniman, serta budayawan dalam pelestarian alam dan budaya daerah; menjadi sarana edukasi dan picu awal pengembangan

pemajuan kebudayaan bagi masyarakat, khususnya generasi muda; serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyelenggaraan acara yang tidak terpusat di kota.

Festival Sindoro Sumbing diselenggarakan dalam berbagai macam kegiatan yang dilaksanakan pada lokasi dan waktu yang berbeda di Temanggung dan Wonosobo mulai dari tanggal 9 Juni 2019 sampai dengan 27 Juli 2019. Rangkaian acara Festival Sindoro Sumbing di Kabupaten Temanggung adalah Panggung Jaranan dilaksanakan pada tanggal 9 Juni 2019 di Alun-alun Temanggung, Ngopi di Paprangan 16 Juni 2019 di Dusun Ngadiprono Desa Ngadimulyo, Sarasehan Budaya dan *Workshop* Kostum Jaran Kepang 25-26 Juni 2019 di Dusun Lamuk Gunung Desa Legoksari, *Pre Event* Java International Folklor 6 Juli 2019 di Dusun Ngadidono Desa Ngadimulyo, *event* Java International Folklor 12-14 Juli 2019 di Alun-alun Temanggung, dan acara puncak kolaborasi Festival Sindoro Sumbing Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosoboyaitu Sendratari Sindoro Sumbing 19 s.d 20 Juli 2019 di Desa Kledung. Setelah dilaksanakan di Kabupaten Temanggung, rangkaian acara Festival Sindoro Sumbing dilanjutkan di Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah dari tanggal 23-27 Juli 2019. Dikutip dari (<https://pesona.travel/inspirasi/2791/festival-sindoro-sumbing-2019-acara-pelestarian-budaya-dua-daerah> diakses pada 12-10-2019 pukul 19.12 WIB).

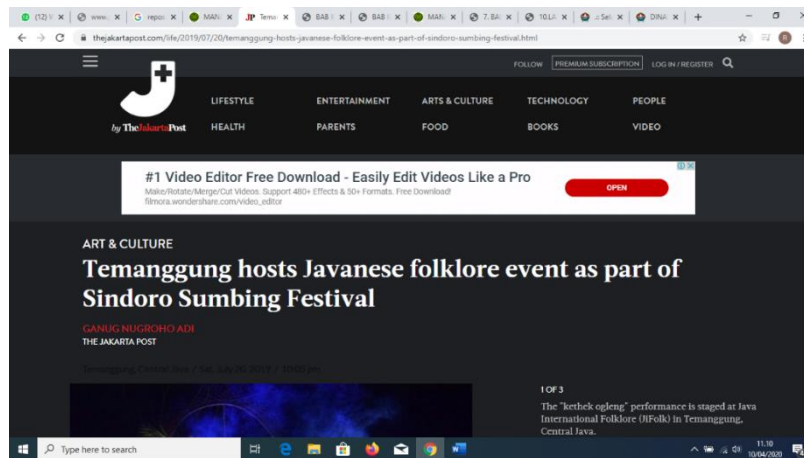
Dikutip dari Buku Laporan Festival Sindoro Sumbing 2019, terdapat 5 *event* yang digelar di Wonosobo yaitu *Java Balloon Attraction* di Lapangan Pagerejo pada 15 Juni 2019. *Sun event* lainnya terdiri dari *Bedhol Kedaton* pada 23 Juli 2019, *Birat Sengkala* dan Parade Tapa Bisu pada 23 Juli 2019, dan *Pisowanan Agung* dan Kenduri 1.000 Tenong pada 24 Juli 2019. Ada juga *Ruwat Cukur Rambut Gembel* dan Pentas Kolosal Topeng Lengger di Alun-Alun Wonosobo pada 27 Juli 2019 (Buku Laporan Festival Sindoro Sumbing 2019).

Selain menampilkan pertunjukan kesenian, Festival Sindoro Sumbing di Temanggung juga menyajikan diskusi mengenai tari Jaran Kepang yang menjadi tarian khas dari Kabupaten Temanggung oleh para budayawan dan akademisi

dalam *event* Sarasehan Budaya dan *Workshop* Kostum Jaran Kepang di Dusun Lamuk Temanggung. Direktur Festival Sindoro Sumbing Imam Abdul Rofiq mengungkapkan *Workshop* Kostum Jaran Kepang ini merupakan lanjutan dari acara sarasehan penguatan identitas Jaran Kepang Temanggung Karena identitas jaran keping tidak bisa berdiri sendiri, artinya kostumnya juga menguatkan identitas dari Jaran Kepang Temanggung. Dikutip dari (<https://nationalgeographic.grid.id/read/131768355/kostum-jaran-keping-untuk-menguatkan-identitas-jaran-keping-temanggung?page=all>) diakses pada 12-10-2019 pukul 19.30).

Tidak hanya kesenian yang menjadi sajian dalam *event* Festival Sindoro Sumbing namun juga terdapat rangkaian *event* Ngopi di Papringan yang tujuannya untuk mengangkat kembali budaya minum kopi di Kabupaten Temanggung, sebagai wadah pecinta kopi untuk tahu bagaimana cara pengolahan kopi yang benar mulai dari tanam hingga menjadi seduhan minuman kopi, termasuk pengetahuan mengenai permasalahan dan potensi kopi di Temanggung. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Temanggung Wara mengungkapkan, Jaran Kepang dan kopi menjadi aset yang luar biasa. Keduanya daya tarik pariwisata. Kopi bahkan mampu menggerakkan perekonomian. Dikutip dari (<https://travel.detik.com/travel-news/d-4568883/9-negara-asean-ambil-bagian-dalam-festival-sindoro-sumbing-2019>, diakses pada 12-10-2019 pukul 19.33).

Dalam rangkaian Acara Festival Sindoro Sumbing terdapat rangkaian *event* terbesar yaitu *event* Java International Folklor atau Jifolk yang diselenggarakan di alun-alun Temanggung pada 12-14 Juli 2019. *Event* Jifolk merupakan *event* kebudayaan bertaraf internasional pertama yang diadakan di Temanggung dengan menampilkan kesenian lokal dan internasional yang sesuai dengan budaya Indonesia dengan konsep kelestarian, kearifan lokal, dan kolaborasi. Kegiatan yang berlangsung selama tiga hari ini menampilkan kekayaan budaya rakyat dari berbagai daerah di Indonesia dan mancanegara.



Gambar 1.1 adalah pemberitaan The Jakarta Post

Sumber: The Jakarta Post

(<https://www.thejakartapost.com/life/2019/07/20/temanggung-hosts-javanese-folklor-event-as-part-of-sindoro-sumbing-festival.html> diakses pada 10-04-2020 pukul 08.10)

Bupati Kabupaten Temanggung, HM Al Khadzik mengatakan JiFolk adalah acara penting bagi Temanggung karena festival ini memberikan panggung bagi seniman tradisional dan penggemar seni. *“More than merely an art event, this event could also promote tourism in Temanggung, and it could be the foundation that drives the economy for cultural activists,”* Khadziq. Dikutip dari (<https://www.thejakartapost.com/life/2019/07/20/temanggung-hosts-javanese-folklor-event-as-part-of-sindoro-sumbing-festival.html> diakses pada 10-04-2020 pukul 08.10)

Direktur *Event Festival Sindoro Sumbing* Imam Abdul Rofiq menuturkan, melalui Jifolk pelaku seni lokal Temanggung akan mendapat wadah untuk membagikan kesenian-kesenian yang selama ini sudah mereka lestarikan kepada masyarakat Temanggung dan sekitarnya. Dengan adanya kesempatan ini diharapkan para pelaku seni lokal akan semakin bersemangat dalam berlatih dan mengembangkan kesenian yang mereka alami masing-masing. Hal ini selaras dengan kesepakatan yang telah dicapai dalam acara Festival Sindoro Sumbing sebelumnya yaitu sarasehan budaya dan *workshop* kostum jaran kepang yang diadakan di Lamuk Gunung. Dikutip dari (<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/19/07/09/pucz6c459->

java-international-folklor-di-festival-sindoro-sumbing, diakses pada 12-10-2019 pukul 19.34).

Keunikan *event* Festival Sindoro Sumbing dari *event* budaya yang lain, *event* Festival Sindoro Sumbing 2019 adalah sebuah pagelaran seni budaya yang memberikan edukasi kepada masyarakat melalui festival. Seperti yang diungkapkan Laksmi selaku Koordinator Pameran dan Riset Festival Sindoro Sumbing 2019 sebagai berikut:

Mungkin keunikan Festival Sindoro Sumbing dari *event* lain, *event* Festival Sindoro Sumbing adalah pagelaran dengan value edukasi yang tinggi yang biasanya hanya ada di seminar, *workshop* dan bukan ke pagelaran. Jadi penonton diberi sebuah edukasi melalui sebuah euforia pagelaran yang hepi. Itu sih yang membuat *event* Festival Sindoro Sumbing jadi berbeda dari *event-event* budaya yang lainnya. (Laksmi Koordinator Pameran dan Riset Festival Sindoro Sumbing 2019)

Event Festival Sindoro Sumbing sangat menarik untuk masyarakat Temanggung khususnya anak-anak muda yang ikut berkolaborasi serta dapat menjadi wadah penyaluran ide-ide dalam pelaksanaan *event* Festival Sindoro Sumbing. Sehingga *Event* Festival Sindoro Sumbing menjadi ruang belajar untuk anak-anak muda Temanggung agar dapat menyelenggarakan *event-event* di desa di Kabupaten Temanggung. *Event* Festival Sindoro Sumbing merupakan *event* pertama kali dilaksanakan di Temanggung yang mempengaruhi berbagai pihak untuk ikut berpartisipasi. Dikutip dari buku laporan kegiatan Festival Sindoro Sumbing 2019, *event* Festival Sindoro Sumbing 2019 melibatkan 13 Negara, 19 kota/kabupaten, 848 kelompok kesenian, 965 panitia & relawan, 3.179 seniman & budayawan, dan 139.100 pengunjung. Serta diliput oleh sebanyak 27 media pemberitaan, 16 media partner, dan bekerja sama dengan 27 sponsor (Laporan Kegiatan Festival Sindoro Sumbing 2019, 2019:173).

Berdasarkan uraian di atas penyelenggara *event* Festival Sindoro Sumbing 2019 telah menggelar *event* yang menarik, namun tidak terlepas dari kekurangan dan hambatan dalam penyelenggaraan. Penelitian sebelumnya mengenai manajemen *event* telah dilakukan oleh beberapa peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh M. Alfian Hasybullah (2018) dengan judul “Manajemen *Special Event* Upacara Adat Seren Taun Cigugur Kuningan“. Tujuan penelitiannya untuk menggambarkan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Kuningan dalam melakukan perencanaan, persiapan dan pelaksanaan upacara adat seren taun menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan manajemen *special event* upacara adat seren taun terbagi dalam tiga tahapan pertama tahapan pra *event*, kedua tahapan koordinasi, ketiga tahapan evaluasi. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun perbedaan dengan peneliti yaitu jurnal dari Hasybullah ini menggunakan teori manajemen *special event*.

Penelitian yang dilakukan oleh Noor Efni Salam (2018) dengan judul “Manajemen *Event* Budaya dalam Mempromosikan Siak sebagai “Truly Malay” untuk Penguatan Ekonomi Lokal dan Revitalisasi Kebudayaan Melayu”. Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan acara kebudayaan yang diadakan oleh masyarakat lokal Siak Sri Indrapura dalam mempromosikan Siak sebagai “Truly Malay”. Berbeda dengan peneliti yang berfokus pada manajemen *event* dalam melestarikan budaya lokal. Perbedaan selanjutnya penulis jurnal saudara Noor Efni Salam mengambil objek penelitian di Siak, sedangkan peneliti mengambil objek penelitian di Kabupaten Temanggung.

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Insan Romadhan (2019) dengan judul “Festival Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya Di Sumenep”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui proses pembangunan citra yang dilakukan dengan menunjukkan dan menampilkan budaya Sumenep. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode studi kasus. Adapun perbedaannya adalah teori yang digunakan peneliti yaitu menggunakan teori manajemen *event*.

Oleh sebab itu dengan uraian latar belakang diatas maka peneliti bermaksud untuk memahami dan melihat sejauh mana manajemen *event* panitia Festival

Sindoro Sumbing dalam menyelenggarakan *event* di Kabupaten Temanggung. Dengan ini penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir dengan judul “Manajemen *Event* Festival Sindoro Sumbing 2019 dalam Melestarikan Budaya Lokal di Kabupaten Temanggung”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Manajemen *Event* Festival Sindoro Sumbing 2019 dalam Melestarikan Budaya Lokal di Kabupaten Temanggung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Manajemen *Event* Festival Sindoro Sumbing 2019 dalam Melestarikan Budaya lokal di Kabupaten Temanggung.
2. Untuk mengetahui peluang dan hambatan yang dihadapi oleh Manajemen *Event* Festival Sindoro Sumbing 2019 dalam Melestarikan Budaya Lokal di Kabupaten Temanggung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis :

1. Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya rujukan teori atau konsep tentang manajemen *event* di bidang Ilmu Komunikasi.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi untuk melakukan penelitian terkait Manajemen *Event*.

Manfaat Praktis :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Kabupaten Temanggung, peneliti, dan panitia penyelenggara untuk dapat mengetahui lebih banyak ilmu pengetahuan mengenai Manajemen *Event* tersebut.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi panitia pelaksana *event* Festival Sindoro Sumbing 2019.

E. Kajian Pustaka

1. Event

Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting manusia baik secara individu maupun secara kelompok yang terikat oleh adat, budaya, tradisi, dan agama untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan. Penyelenggaraan *event* saat ini berkembang sesuai keinginan konsumen untuk menyaksikan *event* tersebut. *Event* dikatakan sukses apabila mendatangkan pengunjung yang sesuai atau bahkan melebihi target (Noor, 2017:8).

Dari definisi tersebut penulis mengartikan bahwa *event* adalah kegiatan yang dapat berupa festival, karnaval, pentas seni, dan sebagainya yang melibatkan individu atau kelompok untuk melestarikan kebudayaan secara turun menurun bahkan untuk mengkomunikasikan pesan-pesan dan menarik wisatawan.

Penyelenggaraan *event* yang kompleks perlu diketahui inti dari konsep penyelenggaraannya. Inti setiap penyelenggaraan *event* berakar pada *uncertainty* (ketidakpastian). Unsur ketidakpastian penyelenggaraan *event* biasanya terdiri dari biaya, waktu pelaksanaan, dan kebutuhan teknis. Unsur biaya adalah unsur yang biasanya dapat berubah-ubah. Perubahan itu terkait sebuah pengembangan format kegiatan yang telah direncanakan, yaitu terkait dengan kenaikan biaya untuk beberapa jenis kebutuhan yang digunakan dalam penyelenggaraan *event*.

Biaya tersebut misalnya harga-harga barang yang dibutuhkan akan meningkat bila permintaan pasar terhadap barang tersebut juga tinggi. *Event* perusahaan yang biasanya diselenggarakan serentak diakhir tahun juga dapat mempengaruhi kenaikan harga karena diwaktu yang bersamaan banyak permintaan dari penyelenggara *event*. Hal lainnya adalah nilai sewa *venue* penyelenggaraan *event* saat musim liburan yang terlampau tinggi.

Waktu pelaksanaan juga merupakan unsur ketidakpastian, hal ini berhubungan dengan adanya kejadian yang tidak terduga pada *venue* untuk penyelenggaraan *event*.

Kebutuhan teknis dalam *event* merupakan hal yang tidak dapat dipastikan, karena ketika proses persiapan dan pelaksanaan *event* sering terdapat kebutuhan mendadak yang harus dipenuhi. Hal ini terjadi apabila dalam pelaksanaan kegiatan tidak sesuai rencana awal yang telah ditentukan. Atau rencana awal yang telah ditentukan terjadi perubahan pada saat pelaksanaan *event*.

Menurut Noor (2017:13) Tingkat ketidakpastian suatu *event* tergantung dari jenis *event* yang diselenggarakan. *Event* dengan skala rendah akan sangat mudah dilaksanakan, apabila tidak jadi diselenggarakan maka tidak akan merugi terlalu besar. Berbeda apabila *event* tersebut *event* besar yang akan memerlukan pihak yang terkait dalam *event*. Sebagai contoh *event* yang sederhana adalah pesta ulang tahun, tingkat ketidakpastian *event* jenis ini rendah. Berbeda dengan *event* yang dilaksanakan secara multinasional seperti olimpiade yang melibatkan banyak pihak yang terkait dalam satu penyelenggaraan kegiatan.

a. Jenis *Event*

Penyelenggaraan *event* tentunya melibatkan banyak orang di dalamnya, baik penyelenggara, peserta, ataupun pengunjung. Keseluruhan jumlah ini dikategorikan berdasarkan ukuran dan besarnya penyelenggaraan *event*. Kategori *event* berdasarkan ukuran dan besar adalah *mega events*, *hallmark events*, dan *major events* (Noor, 2017:19).

Mega events merupakan *event* yang sangat besar serta memberikan dampak ekonomi yang besar dan berkumandang di media internasional. *Event* yang masuk dalam kategori ini seperti Olimpiade, Piala Dunia FIFA dan pameran kelas dunia (Allen, 2011:13).

Mega events didefinisikan oleh Hall (dalam Allen, 2011:13).

Mega event seperti pameran dunia dan eksposisi, Piala Dunia, Olimpiade adalah acara yang secara tegas ditargetkan pada pasar pariwisata internasional dan dapat dengan tepat digambarkan sebagai mega berdasarkan ukurannya dalam hal kehadiran, pasar sasaran, tingkat

keterlibatan keuangan publik, efek politik, luasnya liputan televisi, pembangunan fasilitas, dan dampak pada jalinan ekonomi dan sosial komunitas tuan rumah

Hallmark events mengacu pada peristiwa-peristiwa yang menjadi sangat identik dengan etos sebuah kota atau wilayah sehingga menjadi identitas nama tempat itu sehingga mendapatkan pengakuan dan pemahaman (Allen, 2011:13)

Di dunia beberapa contoh *hallmark events* yang banyak dikenal adalah Rio Karnaval yang dikenal sebagai ekspresi masyarakat Amerika Latin dan memberi energi pada Kota Rio de Janeiro dengan tariannya. Di Perancis terdapat lomba balap sepeda yang bernama Tour De France, dan di Jerman terdapat *event* Oktoberfest di Kota Munich dimana masyarakat Jerman sepanjang bulan Oktober menggelar pesta minum bir di setiap kota (Noor, 2017:20).

Hallmark event memberi arti penting untuk kota-kota penyelenggara, juga masyarakat. Jenis *event* ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat selama *event* berlangsung, karena *event* ini mampu menarik pengunjung dalam jumlah besar, sehingga mampu meningkatkan ekonomi masyarakat. Kini pemerintah daerah sudah mulai mengenalkan *hallmarkevent* untuk mengembangkan *event* di daerahnya.

Major events adalah *event* yang secara ukuran mampu menarik media untuk meliput, menarik pengunjung untuk hadir dan memberi peningkatan ekonomi secara signifikan. *Event* ini biasanya berlangsung rutin setiap tahun, seperti *Australian Formula One Grand Prix* dan *Australian Open Tennis Tournament* di Melbourne Australia. Pemerintah di banyak Negara saat ini menjadikan *major events* sebagai pendorong untuk meningkatkan ekonomi (Allen, 2017:14)

Tidak hanya *event* olah raga saja yang dapat dikategorikan sebagai *major events*, namun jenis *event* lain yang dikategorikan sebagai *major events* adalah *event* kebudayaan atau *cultural event*. Misalnya pagelaran musik Phantom of The Opera, Miss Saigon yang mampun mendatangkan banyak pengunjung. *Cultural event* lain yang rutin diselenggarakan adalah Pasar Tong-tong di Belanda yang

menampilkan kebudayaan Indonesia. Berdasarkan tujuan dan waktu penyelenggaraan, dan ukuran *events*, maka Rolfe dan South East Art dalam Noor (2017:23) membagi *event* budaya menjadi tujuh karakteristik:

1) *High Profile General Celebration Of The Arts*

Merupakan kegiatan yang sudah tersusun dalam agenda, memiliki tujuan dengan pencapaian yang tinggi, menarik minat media dan menayangkan secara luas, serta menghasilkan pendapatan tinggi.

2) Festival Untuk Memperingati Tempat-Tempat Tertentu

Dari daerah sampai kota festival diselenggarakan untuk mengumpulkan orang-orang dari daerah untuk ikut berpartisipasi.

3) *Art-Form Festival*

Festival yang menampilkan karya seni kepada pengunjung dan diadakan diskusi atau latihan mengenai seni tersebut.

4) *Celebration of Work by a Community of Interest*

Festival yang diselenggarakan untuk orang-orang atau kelompok dengan ketertarikan khusus.

5) *Celender*

Perayaan yang bersifat religi dan kebudayaan yang diselenggarakan di tanggal atau waktu tertentu menurut kepercayaan tertentu.

6) *Festival Seni Amatir*

Festival yang diadakan oleh *organizer* kecil tetapi mampu menarik banyak pengunjung, tentunya baik karena akan terjadi kompetisi untuk selalu menyelenggarakan *event* dengan baik.

7) *Commercial Music Festival*

Merupakan jenis *event* yang sangat populer dan diselenggarakan dengan format dan model yang hamper sama. Tetapi karena bintang tamu yang sering berubah dan ketertarikan khusus oleh pengunjung, maka *event* ini selalu mendatangkan pengunjung dalam jumlah besar.

b. *Special Event*

Selain itu Noor menjelaskan bahwa *special event* merupakan kegiatan besar dan kompleks yang dapat diselenggarakan mulai dari jenis *event* perorangan yang sederhana dan kecil seperti ulang tahun atau pesta pernikahan sampai dengan *event* yang besar. Karena jenis kegiatannya maka setiap *events* yang memiliki kekhasan tersendiri dari *event* dapat mendukung penyelenggaraan *special events*. *Special events* terbagi ke dalam 4 (empat) kategori atau unsur, yaitu *leisure*, *personal*, *culture* dan *organizational* (Noor, 2017:9).

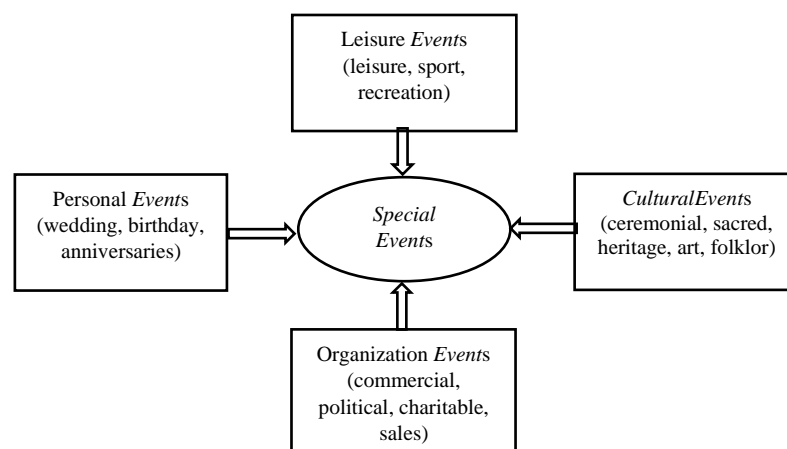
Leisure Event adalah kategori *special event* yang berupa penyelenggaraan pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung disetiap *event*nya.

Personal Event adalah kategori yang membentuk *special event* yang segala kegiatan didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman. Misalnya adalah pesta ulang tahun, pesta pernikahan, termasuk perayaan-perayaan pribadi lainnya.

Culture event adalah kategori *special event* yang selalu identik dengan upacara adat dan tradisi memiliki nilai sosial tinggi dalam tatanan masyarakat, sehingga penyelenggaraannya menjadi sangat penting.

Organization Event adalah kategori *special event* yang penyelenggaraannya disesuaikan dengan tujuan organisasi. Misalnya adalah konferensi, eksebis, expo, serta hal-hal yang dapat meningkatkan reputasi organisasi atau perusahaan.

Bagan 1.1 adalah Kategori *Special Events*



Sumber : Shone dan Parry, 2002

c. Karakteristik *Events*

Penyelenggaraan suatu *event* perlu memiliki karakter dalam setiap penyelenggaraan. Karakteristik tersebut adalah keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana, pelayanan, dan interaksi personal.

1) Keunikan

Pengembangan ide adalah kunci utama suksesnya sebuah *event*, jika penyelenggara *event* dapat merealisasi ide sesuai dengan yang diharapkan maka *event* yang diselenggarakan akan muncul keunikan tersendiri. Keunikan dalam *event* harus muncul pada setiap penyelenggaraan *event* meskipun memiliki tema yang sama. Sebagai penyelenggara yang perlu diperhatikan adalah tidak akan membuat *event* yang sama berulang kali. Misalnya pesta pernikahan, tata cara penyelenggaraan selalu memiliki struktur yang sama, tetapi setiap penyelenggaraan akan memiliki keunikan yang berbeda.

2) *Perishability*

Perishability berkaitan dengan ketidakpastian penggunaan fasilitas untuk penyelenggaraan *event*. Misalnya fasilitas penyewaan tempat penyelenggaraan *event* yang biasanya tidak memberikan kepastian pemakaian tempat penyelenggaraan.

3) *Intangibility*

Penyelenggaraan sebuah *event* biasanya akan menjadi pengalaman yang tertinggal di benak pengunjung *event*. Bagi penyelenggara hal ini menjadi sebuah tantangan agar *event* yang diselenggarakan meninggalkan persepsi yang baik bagi pengunjung. Misalnya sebuah dekorasi yang menarik, kesesuaian warna yang digunakan, penggunaan audio dan visual yang baik, dan lainnya yang digunakan dalam penyelenggaraan *event*.

4) Suasana dan Pelayanan

Suasana yang tepat akan mempengaruhi keberhasilan sebuah *event*. Apabila *event* diselenggarakan dengan suasana yang tepat akan

menghasilkan kesuksesan penyelenggaraan, namun sebaliknya kegagalan dihasilkan karena suasana yang tidak tepat. Misalnya seperti pada pesta ulang tahun, suasana yang dibangun harus sesuai dengan tema ulang tahun, musik yang tepat, permainan yang menarik, makanan dan minuman yang enak. Meskipun acara telah disusun secara sempurna, tetapi jika suasana hati undangan yang tidak baik maka akan menjadi pengalaman yang tidak menarik. Penyelenggara *event* perlu memperhatikan dengan detil pada saat penyelenggaraan *event*.

5) Interaksi Personal

Interaksi personal dari pengunjung merupakan kunci sukses penyelenggaraan *event*. Suasana akan lebih hidup ketika penonton merasa dilibatkan dalam *event* tersebut. Misalnya dalam penyelenggaraan konser musik biasanya penonton dilibatkan untuk bernyanyi meskipun hanya sesekali, tetapi suasana yang dibangun menjadi lebih baik.

Pemasaran merupakan bagian yang tidak kalah penting dari bagian lain. Hal ini berhubungan dengan jumlah pengunjung pada *event* yang akan diselenggarakan. Jumlah pengunjung akan dipengaruhi oleh informasi mengenai penyelenggaraan *event* kepada sasaran audience yang massif dan tepat. Kemajuan teknologi saat ini juga mendorong kemudahan pemasaran sebuah *event*. Penyelenggaraan *event* dibutuhkan promosi untuk mendatangkan audience yang sesuai dengan target tertentu.

Menurut Crane (dalam Melinda, 2017:2) Promosi merupakan kunci utama dalam *Integrated Marketing Communications* karena perannya menentukan kesuksesan implementasi dari IMC. Secara spesifik promosi tersebut merupakan inisiatif dari aktivitas *marketing communication* yang ditujukan untuk target audiens guna mempengaruhi sikap dan perilaku mereka.

2. *Manajemen Event*

Menurut Echols (dalam Muammar, 2015:388) Manajemen berasal dari bahasa Inggris *To Manage* yang berarti mengatur, mengurus, melaksanakan, dan mengelola.

Menurut Stephen dan Mary (2010:7) manajemen merupakan hal yang dilakukan oleh para manajer melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif .

Apabila disimpulkan manajemen merupakan proses aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam sebuah rencana melalui keterlibatan sumberdaya manusia dan lainnya.

Menurut Noor (2009:179), manajemen *event* merupakan suatu pengorganisasian suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau lembaga yang dikelola secara profesional, efisien, dan efektif sejalan dengan perencanaan, pelaksanaan sampai dengan kegiatan telah dilaksanakan. Setiap *event* memiliki tujuan untuk mempromosikan dan memasarkan kepada orang yang menghadiri pelaksanaan tersebut karena kunci utama pelaksanaan *event* adalah peserta atau pengunjung yang mengetahui manfaat dari kegiatan tersebut.

Menurut Goldbatt (2002), manajemen *event* adalah kegiatan yang mempertemukan sekelompok individu untuk perayaan, pendidikan, pemasaran, reuni, serta bertanggung jawan mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan penyelenggaraan kegiatan.

Suksesnya penyelenggaraan sebuah *event* tidaklah terjadi begitu saja. Dalam menyelenggarakan suatu *event* tentunya diperlukan strategi yang tepat. Strategi tersebut dimulai dengan perencanaan, sehingga penyelenggaraan *event* dapat berjalan sesuai harapan. Perencanaan *event* mengandung unsur 5W+1H yaitu (*what, when, where, why, who, dan how*) yang berarti apa nama *event* yang diselenggarakan, kapan pelaksanaannya, dimana lokasi yang akan diadakan,

mengapa *event* tersebut dilaksanakan, siapa saja pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan, yang terakhir bagaimana *event* tersebut diselenggarakan (Abdullah, 2009:146)

Menurut Terry (2010:9), ada beberapa tahapan fungsi manajemen, yakni Perencanaan (*Planning*), Organisasi (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*), dan Pengawasan (*Controlling*).

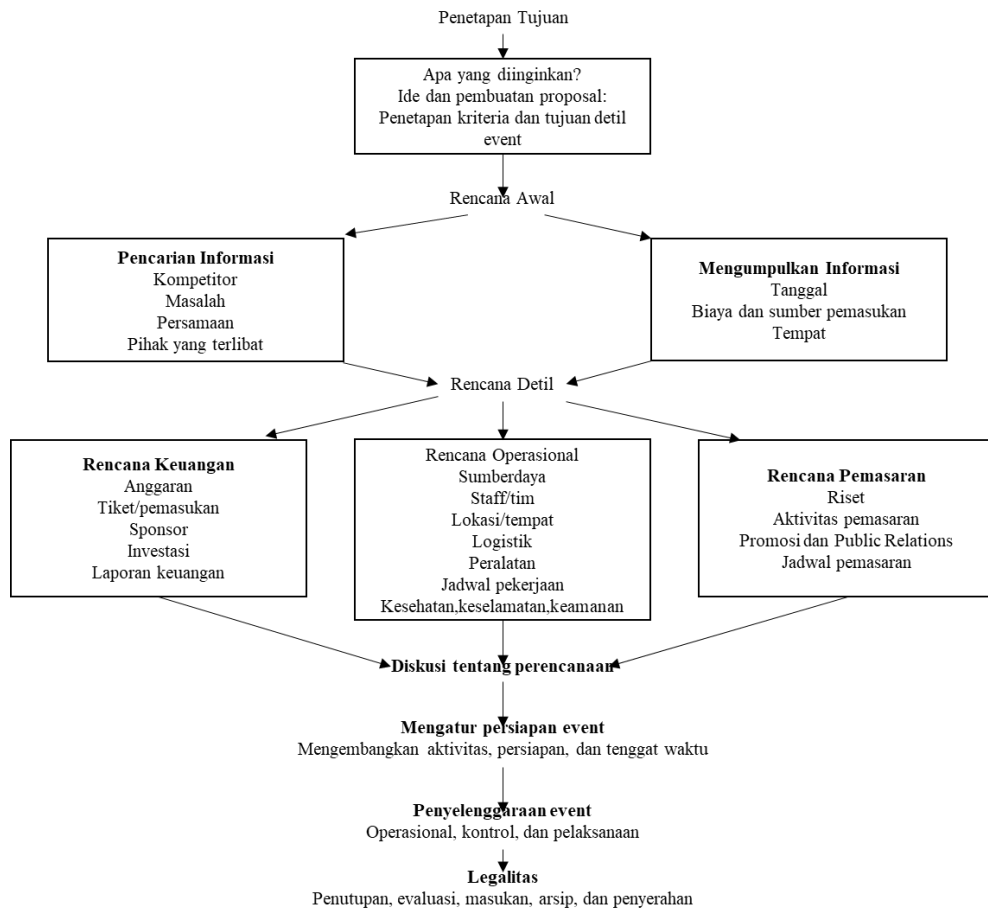
a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan penetapan pekerjaan yang dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang sejalan dengan perencanaan mencakup pengambilan keputusan, karena termasuk dalam pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi serta melihat kedepan untuk merumuskan sebuah pola dari tindakan-tindakan yang akan dilaksanakan di masa mendatang.

Perencanaan mengidentifikasi proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternatif mengenai dua elemen penting, yaitu sasaran (*goals*) dan rencana (*plan*) guna mencapai tujuan yang dikehendaki dan pemantaunnya mengenai hasil pelaksanaan yang dilaksanakan sesuai dengan sistem dan berkesinambungan.

Noor (2017:132-134) mengatakan proses untuk merencanakan sebuah *event* adalah menetapkan tujuan, rencana awal mencari informasi dan mengumpulkan informasi, membuat draft rencana detil, selanjutnya diskusi tentang perencanaan, mengatur persiapan *event*, penyelenggaraan *event*, dan legalitas.

Bagan 1.2 adalah proses perencanaan *event*



Sumber: Shone dan Parry (dalam Noor, 2017:135)

1) Penetapan tujuan

Tujuan adalah tahap paling awal yang dilakukan dalam setiap perencanaan sebuah *event*. Tujuan diselenggarakannya suatu *event* dapat berupa: pembelajaran, bertukar, pikiran, sosialisasi, peringatan, hiburan, mempromosikan produk baru perusahaan atau meningkatkan pendapatan perusahaan. Kejelasan tujuan pada proses perencanaan akan dapat diterima dengan jelas oleh setiap anggota tim sehingga memiliki satu tujuan yang sama.

2) Rencana Awal

Rencana awal penyelenggaraan *event* dimulai dengan dua tahap yaitu mencari informasi terkait *event* yang akan dilaksanakan dan mengumpulkan informasi yang berhubungan. Proses pencarian informasi perlu dilakukan untuk melihat kelayakan dari rencana penyelenggaraan *event*. Proses ini dapat dilakukan dengan membuat studi kelayakan dan dapat melihat manfaat penyelenggaraan *event*, membawa perubahan atau tidak, serta melihat banyak aspek dari segi keuangan, sumberdaya, dan promosi yang merupakan aspek penting yang harus dilakukan. Setelah pencarian informasi yang selanjutnya adalah mengumpulkan informasi untuk menentukan tanggal penyelenggaraan *event*, biaya dan sumber pemasukan, dan tempat. Setelah semua informasi mengenai penyelenggaraan *event* diketahui, maka dilakukan perencanaan yang lebih detil yang dilakukan oleh pihak yang sudah berkompeten sesuai bidangnya.

3) Rencana Detil

Rencana detil membicarakan mengenai rencana keuangan, rencana operasional, rencana pemasaran. Rencana keuangan membahas tentang penyusunan anggaran atau biaya yang harus dikeluarkan pada saat proses perencanaan sampai penyelenggaraan. Proses ini menentukan apa saja yang dikeluarkan dari *event* yang akan dilaksanakan dan pemasukan apa saja yang akan didapat melalui sponsor dan tiket, serta memetakan berapa sponsor yang akan masuk dan cocok untuk *event* tersebut. Kemudian di akhir juga akan membuat laporan keuangan.

Rencana operasional akan menyusun hal-hal meliputi seluruh kebutuhan yang diperlukan pada saat penyelenggaraan *event*. Penyusunan tersebut adalah kebutuhan sumberdaya, staf atau tim yang akan terlibat mulai dari keterampilan dan kemampuan yang diharapkan, serta tempat penyelenggaraan yang harus dipersiapkan secara matang. Lebih baik jika setiap menyelenggarakan *event* memiliki plan A, B, dan C agar resiko dapat diminimalisir.

Rencana pemasaran merupakan bagian penting dalam sebuah penyelenggaraan *event* karena pada proses ini akan menentukan jumlah pengunjung atau peserta pada *event* nantinya. Promosi harus dilakukan secara efektif agar pencapaian target pasar dapat sesuai dengan yang direncanakan.

4) Diskusi Tentang Perencanaan

Setelah ketiga bidang disusun secara detil, kesemua rencana yang tertuang perlu didiskusikan dengan anggota tim. Setiap anggota akan bekerja sesuai panduan yang telah ditetapkan.

5) Mengatur Persiapan *Event*

Kemudian mengatur persiapan *event* yang berpedoman dengan tujuan dan waktu yang ditetapkan. Pada tahap penyelenggaraan *event*, operasional penyelenggaraan diharapkan sesuai dengan rencana yang telah dibuat, sehingga diperlukan control yang baik dari masing-masing koordinator di bidangnya.

6) Legalitas

Terakhir adalah legalitas yakni meyakinkan bahwa *event* yang akan dilaksanakan telah mendapatkan ijin sehingga akan dinyatakan sebagai *event* yang legal atau diakui. Tahap terakhir juga perlu kajian evaluasi, sehingga menjadi kajian apakah *event* tersebut masih layak untuk dilaksanakan kembali atau tidak.

Dalam tahap perencanaan juga terdapat pendapat lain oleh Suseno. Menurut Suseno (2009:51), terdapat beberapa pokok dalam perencanaan *event* yakni:

1) Menentukan tema

Tema atau judul acara dalam sebuah *event* memiliki kekuatan dalam pemasaran *event*. Tema atau judul yang menarik dapat menarik minat sponsor, audiens, dan peserta untuk berpartisipasi dalam *event* yang diselenggarakan.

2) Panggung dan Dekorasi

Panggung dan dekorasi yang menarik akan memberikan pengaruh yang kuat dalam tingkat kehadiran pengunjung dalam suatu penyelenggaraan *event*, selain lokasi yang memberikan daya tarik tersendiri.

3) Materi Pementasan

Materi pementasan merupakan hal pokok sebuah penampilan dalam acara, hal ini bergantung pada perencanaan awal *event*.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan yang akan dicapai, penugasan setiap kelompok kepada manajer serta menetapkan wewenang diantara sub organisasi. Pengorganisasian dilakukan sebagai bentuk penghimpunan dan mengatur semua sumber-sumber yang diperlukan, termasuk sumber daya manusia yang terlibat, sehingga pekerjaan yang diperlukan dapat dilakukan sesuai tujuan. Jenis sumberdaya manusia (SDM) yang terlibat dalam penyelenggaraan *event* terdapat dua macam, yaitu staf yang dibayar untuk penyelenggaraan *event* dengan menyesuaikan kebutuhan dan karakteristik *event* tersebut, serta sukarelawan yang biasanya tidak akan mendapat bayaran atas perannya dalam *event*, tetapi mereka akan mendapatkan fasilitas standar yang ditetapkan oleh penyelenggara *event*(Noor, 2013:152).

Menurut Noor (2017:153) membuat struktur organisasi merupakan hal yang penting guna menciptakan *event* yang sukses. Untuk setiap penyelenggaraan *event* diperlukan struktur organisasi yang berfungsi memudahkan operasional. Banyak jenis struktur organisasi yang dapat diadopsi tentunya struktur tersebut dapat menunjang kelancaran penyelenggaraan acara.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam proses pengadaan staf suatu *event* adalah sebagai berikut:

1) Biaya

Pada tahap pengadaan staf dibutuhkan biaya yang banyak. Berdasarkan ukuran *event* dan kebutuhan staf dengan kompetensi tertentu,

maka anggaran pengadaan staf dapat dialokasikan untuk biaya pembayaran staf.

2) Proses Pengadaan Pegawai

Menyeleksi calon staf memerlukan waktu yang tidak sedikit dan memerlukan biaya yang banyak, sehingga apabila memungkinkan tidak ada salahnya bekerjasama dengan agen. Hal ini dapat menghemat tenaga, biaya, dan waktu yang diperlukan. Namun tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan staf melalui seleksi oleh penyelenggara *event*.

3) Sukarelawan

Sukarelawan (*volunteer*) pada penyelenggaraan *event* dapat berasal dari berbagai kalangan. Biasanya sponsor dari suatu *event* juga memberikan SDM sebagai bagian dari perjanjian sponsor. Sponsor akan menyediakan pegawai dengan keahlian khusus seperti manajer, perencana keuangan dan pemasaran. Salah satu alasannya adalah agar dana yang diberikan dapat dipergunakan dengan efisien dan efektif.

Untuk menjaring sukarelawan dapat dilakukan dengan menyebar poster, menayangkan pada media sosial atau elektronik atau melalui kerja sama dengan masyarakat setempat. Adapun kriteria sukarelawan dapat menyesuaikan dengan penyelenggaraan *event*. Biasanya dapat dari kalangan mahasiswa dan pelajar, organisasi masyarakat, organisasi profesi, dan kelompok-kelompok lain menyesuaikan *event*.

4) Seleksi

Proses seleksi dapat dimulai dengan menganalisa calon staf paruh waktu dan sukarelawan pada saat mengirimkan formulir pendaftaran yang berisi informasi, data pelamar, dan daftar riwayat hidupnya. Setelah seleksi awal dilakukan, tahap selanjutnya adalah seleksi wawancara. Pentingnya wawancara adalah untuk mengetahui seberapa tertarik calon pegawai untuk menjadi bagian dari penyelenggaraan *event*. Selain itu untuk melihat

kesiapan fisik dan mental untuk menghadapi penyelenggaraan *event* yang penuh dengan tekanan.

5) Keputusan Hasil Seleksi

Keputusan hasil seleksi merupakan tahap terakhir pada suatu keputusan apakah pelamar tersebut diterima atau tidak. Bagi pelamar yang diterima secara formal akan menandatangani kontrak yang berisi perjanjian kerja dengan durasi waktu sesuai waktu penyelenggaraan *event*.

6) Orientasi

Bagi staf dan sukarelawan yang menjadi bagian penyelenggaraan *event*, langkah pertama yang harus dilakukan adalah memberikan orientasi dengan mendiskusikan hal yang harus dilakukan antara anggota baru pada organisasi *event*. Hal yang diharapkan dari orientasi adalah pegawai dan sukarelawan memiliki komitmen, antusias dan memiliki pengetahuan yang tepat serta kepedulian yang besar bahwa setiap anggota memiliki peran yang besar pada suksesnya sebuah *event*.

7) Pelatihan

Untuk dapat berkontribusi secara efektif pada *event* semua staf dan sukarelawan memerlukan pelatihan. Pelatihan dapat dilakukan secara formal dan informal atau berupa magang. Setiap pelatihan yang dilaksanakan harus efektif dan terstruktur serta memiliki tujuan pelatihan yang jelas, kurikulum yang jelas, strategi instruksional yang tepat, dan evaluasi.

8) Memotivasi Karyawan dan Sukarelawan

Kemampuan seorang *event* manager dalam memotivasi anggota merupakan komponen yang fundamental dan memerlukan keterampilan khusus. Tanpa motivasi yang tepat staf dan sukarelawan dapat kehilangan antusiasnya untuk mencapai tujuan. Sukarelawan akan termotivasi apabila diberikan penghargaan akan apa yang dicapai pada penyelenggaraan *event*

meskipun hanya ucapan terima kasih. Hal ini akan memberikan motivasi untuk tetap menjadi sukarelawan pada *event* berikutnya.

Menurut Noor (2013:7), dengan adanya keterlibatan yang besar dari suatu kegiatan yang berorientasi bisnis, saat ini banyak pemerintah daerah yang mendanai karena beberapa alasan sebagai berikut:

1) Jumlah Kedatangan Pengunjung atau wisatawan pada *events* yang diselenggarakan

Event dinilai sukses apabila mampu mendatangkan pengunjung dalam jumlah sesuai target yang diharapkan. Dampak dari peningkatan pengunjung tersebut tentunya akan meningkatkan ekonomi daerah tersebut. Tentunya pengeluaran pengunjung dan wisatawan akan berdampak pada ekonomi daerah penyelenggara.

2) Pengalaman Budaya bagi masyarakat setempat

Dengan adanya gelaran *event* masyarakat yang awalnya belum mengetahui kebudayaan dapat menikmati gelaran tersebut dalam bentuk festival sehingga perlu bagi pemerintah untuk menampilkan kebudayaan melalui gelaran festival.

3) Peningkatan Sumberdaya Manusia

Dengan kemampuan yang dimiliki dan seringnya *event* diselenggarakan, maka kemampuan mengelola *event* akan semakin baik. Pengelolaan *event* dengan melibatkan pegawai akan meningkatkan kemampuan dan profesionalitas suatu daerah dalam penyelenggaraan *event*.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan Menurut Terry (1993:62), Pelaksanaan mencakup kegiatan yang dilakukan untuk menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa, hingga mereka berkeinginan serta berusaha guna mencapai tujuan yang telah

direncanakan dan diorganisasikan. Lebih lanjut Terry (dalam Awaludin, 2018:6) menjelaskan kegiatan-kegiatan pelaksanaan meliputi:

- 1) Melakukan partisipasi terhadap keputusan, tindakan dan perbuatan.
- 2) Mengarahkan orang lain dalam bekerja
- 3) Memotivasi anggota
- 4) Berkomunikasi secara efektif
- 5) Meningkatkan anggota agar memahami potensinya secara penuh
- 6) Memberi imbalan penghargaan yang sesuai terhadap pekerja
- 7) Mencukupi keperluan pegawai sesuai dengan kegiatan pekerjaannya
- 8) Berusaha memperbaiki pengarahan sesuai petunjuk pengawasan.

Menurut Wibowo (2013:117) *Event* yang sudah dikonsep dengan matang mulai dari menetapkan tujuan, tema, memetakan peluang dan hambatan, sasaran dan strategi, waktu dan tempat telah dipilih, serta rancangan anggaran yang telah diketahui, maka proses perencanaan tersebut diwujudkan dalam wujud pelaksanaan. Pada tahap ini semua tim atau panitia penyelenggara bekerja di lapangan untuk mempersiapkan *event* sampai dengan *event* selesai digelar. Pada tahap ini kinerja panitia akan sangat penting dan diamati oleh berbagai pihak dalam menyelesaikan masalah oleh penonton yang datang, bahkan penyedia dana atau sponsor. Saat pelaksanaan akan terlihat panitia sedang sibuk dan tegang saat melakukan koordinasi. Sehingga apabila perencanaan dan organisasi sudah terkonsep secara matang, maka dalam pelaksanaan akan berjalan secara baik dan sempurna.

d. Pengawasan (Controlling)

Pengawasan merupakan penemuan dan penerapan cara dan alat untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai yang direncanakan dengan mengambil tindakan mengukur, mengoreksi, membandingkan, menentukan standar guna menemukan berbagai kelemahan sehingga kelemahan-kelemahan tersebut segera diperbaiki dan tidak terulang. Kaitannya dengan pengawasan penanggung jawab harus mengetahui yang ada di lapangan (Terry, 2003).

Pengawasan memiliki peran yang sangat penting dalam manajemen, mengingat fungsinya untuk menguji apakah pelaksanaan penyelenggaraan baik atau tidak. *Control* penting agar sasaran dapat tertuju sesuai yang ditetapkan.

Tahapan manajemen *event* tersebut merupakan landasan penulis dalam meneliti Manajemen *Event* Festival Sindoro Sumbing 2019 dalam Melestarikan Budaya Lokal di Kabupaten Temanggung.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian seperti perilaku, motivasi, tindakan, dll secara mendalam melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi sampling, namun hanya terbatas. Penelitian ini lebih ditekankan pada persoalan kualitas (kedalaman) data bukan kuantitas (banyaknya) data. Metode kualitatif menghasilkan data-data deskriptif, mendeskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2006:8).

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian tentang Festival Sindoro Sumbing 2019 dilaksanakan pada bulan Maret 2020. Lokasi penelitian berada di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Temanggung dan Dusun Ngadiprono Kedu Temanggung.

3. Narasumber/Informan Penelitian

Karakteristik informan yang dipakai dalam penelitian ini adalah informan yang dapat memberikan data terhadap pertanyaan penulis. Karakteristik tersebut sebagai berikut :

- 1) Masuk ke dalam struktur kepanitian *event*
- 2) Memahami tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi *event*.

Berdasarkan kriteria informan yang telah peneliti tentukan di atas, maka informan yang sesuai dengan kriteria informan yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu :

a. Informan Primer

- 1) Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Temanggung yang memiliki pengaruh besar atas berjalannya *event*.
- 2) Direktur *event* Festival Sindoro Sumbing yang memahami jalannya perencanaan *event* hingga evaluasi.

b. Informan Sekunder

- 1) Kurator *event* yang memiliki pemahaman terhadap penilaian *event*
- 2) Bendahara *event* yang memahami keuangan *event*.
- 3) Koordinator pameran dan riset yang memahami latar belakang diselenggarakan *event* dan proses pengumpulan informasi.
- 4) Koordinator publikasi yang memahami proses pemasaran dan publikasi *event*.
- 5) Koordinator venue dan artistic yang memahami persiapan panggung dan artistik *event*.

4. Teknik Pengambilan Data Informan

a. Wawancara

Menurut Moleong (2014:186) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu antara dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberi jawaban atas pertanyaan pewawancara. Wawancara dapat dilakukan melalui tatap muka dan melalui telepon. Wawancara tatap muka dilakukakn secara personal antara peneliti dengan responden. Sedangkan wawancara melalui telepon dilakukan menggunakan telepon sebagai alat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara mendalam. Menurut Mulyana (183:2001) teknik ini selaras dengan perspektif interaksionisme simbolik, karena hal tersebut memungkinkan pihak yang diwawancarai untuk

mendefinisikan dirinya dan lingkungan mengenai fenomena yang diteliti, tidak sekedar menjawab pertanyaan.

b. Studi Pustaka dan Dokumentasi

Menurut Mulyana (2001:195) Wawancara dan pengamatan dapat pula dilengkapi dengan analisa dokumen seperti catatan harian, rekaman, surat-surat, berita koran, artikel jurnal, artikel majalah, buletin, laporan, foto-foto, dan otobiografi yang berhubungan dengan peristiwa masa lalu yang dipersiapkan maupun yang tidak dipersiapkan untuk penelitian. Pada tahap ini penulis memperbanyak pencarian buku-buku dan artikel jurnal mengenai manajemen *event*. Kemudian peneliti juga memperbanyak artikel berita, majalah, laporan dan foto-foto mengenai objek penelitian yang diperoleh langsung dari internet dan penyelenggara *event*.

c. Analisis Data

Menurut Bogdan & Diklen (dalam Moleong, 2014:248) Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Miles dan Huberman (dalam Silalahi, 2012:339) kegiatan analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

1) Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data ini dilakukan terus sampai laporan akhir lengkap tersusun.

2) Penyajian Data

Alur kedua yaitu penyajian data yang dilakukan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Biasanya penyajian data dilakukan menggunakan jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Sehingga penulis dapat melihat apa yang terjadi dan menentukan kesimpulan.

3) Menarik Kesimpulan

Terakhir adalah menarik kesimpulan dari semua informasi dan data yang dikumpulkan dan diolah melalui beberapa teknik diatas. Menarik kesimpulan dapat dilakukan pada proses pengumpulan data. Kemudian dilakukan reduksi data dan penyajian data dan dapat ditarik kesimpulan. Hal itu terjadi karena penulis telah mencatat data dan mencatat keteraturan.