

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dengan perkembangan zaman dan adanya pemikiran yang kreatif masyarakat Indonesia, melahirkan sebuah karya motor / kendaraan *custom*. *Custom* sendiri berasal dari kata *customize* yang dapat diartikan menyesuaikan. Menyesuaikan yang dimaksud disini adalah menyesuaikan dari keinginan , karakter, serta imajinasi dari pengguna motor itu sendiri. Jadi dapat disimpulkan bahwa Sepeda Motor *Custom* adalah sepeda motor yang dirancang menyesuaikan keinginan, karakter, dan imajinasi sesuai keinginan dengan merubah bagian-bagian sepeda motor yang telah dibuat oleh pabrikan sepeda motor. Sepeda motor *custom* itu sendiri seiring perkembangannya memiliki beberapa konsep yang sudah banyak dikenal oleh para *bikers* pecinta sepeda motor *custom*.

Menurut Any Noor (2013:64), banyaknya penyelenggaraan *event* perusahaan disesuaikan waktu penyelenggaraan kegiatan penting lainnya. Misalnya *event* keolahragaan, pameran kesenian atau kebudayaan sehingga *event* lain merupakan daya tarik yang lebih kuat pada terselenggaranya suatu kegiatan. Banyak *event* diselenggarakan ditempat tujuan wisata sehingga *event* akan mampu menarik banyak pengunjung atau peserta.

Menurut Uyung Sulaksana (2003:83), *event* merupakan peristiwa – peristiwa yang dirancang untuk mengkomunikasikan pesan tertentu pada audiens

sasaran. Bagian humas mengatur konferensi pers, peluncuran produk, *grand opening*, dan *sponsorship* olahraga untuk merengkuh efek komunikasi khusus pada *audiens* sasaran.

Kustomfest adalah sebuah *event* kompetisi motor kustom dan pameran kustom pertama dan terbesar di Indonesia yang dimulai dari tahun 2012. Kustomfest diselenggarakan sebagai acara tahunan dimulai dari tahun 2012 - 2014 pada bulan Oktober di Jogjakarta-Indonesia, kota yang terkenal dengan kekayaan budaya dan peninggalan sejarah. Yogyakarta mendaulat diri sebagai ibukota modifikasi Indonesia. Modifikasi kendaraan saat ini memang sudah menjadi budaya. Dan Yogyakarta yang kuat akan budaya pun mendaulat sebagai pusat modifikasi Indonesia karena di Yogyakarta memiliki potensi kreatif dan inovatif dalam menciptakan ide ide dan seni untuk memodifikasi kendaraan. (<http://otomotif.kompas.com/read/2014/10/11/140437815/Ini.Pestanya.Builder.Pe.cinta.Seni.dan.Budaya.Kustom>). Di akses pada tanggal : 27 mei 2015 jam 17.00 WIB.

Peserta dan pengunjung di *event* kustomfest meningkat dari tahun 2012-2014. Jika tahun 2012 hanya memanfaatkan dua *hall* JEC (*jokja expo center*), tahun 2013-2014 membuka semua *hall* untuk memfasilitasi peserta dan pengunjung. Pengunjung pada tahun 2012 sebanyak 12.000 pengunjung, tahun 2013 sebanyak 20.000 pengunjung dan ditahun 2014 sebanyak 25.000 pengunjung. (<http://kustomfest.com/dunia-melihat-indonesia-harus-lebih-baik/>). Diakses pada tanggal 30 mei 2015 jam 18.00 WIB.

Kustomfest 2014 adalah sebuah episode pembuktian, seberapa jauh dan kuat scene kustom kulture Indonesia akan melangkah. Tentunya tidak ingin kustom kulture Indonesia hanya menjadi *euforia* dan *trend* semu yang berujung pada kebosanan. Kustom kulture adalah sebuah pembuktian tentang *craftmanship*, detail dan fungsi, sikap toleransi dan apresiasi seutuhnya akibat dari perbuatan, bukan perdebatan tanpa ujung. Kustom Rule adalah perwujudan bahwa karya dan proses kustom tidak memiliki batasan, namun tanggung jawab dari setiap *builder* untuk berkarya dengan estetika konsep dan tuntas hingga detail, bukan sekedar mencomot atau meniru ide yang sudah ada.

Kehadiran bintang tamu dan legenda kustom dunia memeriahkan perhelatan, lebih dari itu pelaku kustom dunia sedang melihat karya terbaik Indonesia, inilah alasan Kustomfest harus menyeleksi setiap karya yang akan ditampilkan. Wajah dan scene kustom kulture Indonesia menjadi sebuah pertarungan, dimana dunia telah melihat dari tahun ke tahun, pelaku kustom di Indonesia memiliki kekayaan budaya yang memungkinkan untuk dieksplorasi dan ditampilkan menjadi sebuah *masterpiece* dan sudah sewajarnya bila *event* Kustomfest termotivasi untuk bisa menjadi lebih baik lagi.

Keberadaan sponsor yang mulai melirik industri kustom Indonesia, harus disikapi dengan positif. Kustomfest 2014 seakan menjadi gambaran bagaimana sponsor dan industri kustom mulai bertemu saling membutuhkan dalam konteks yang proporsional. Hal ini tentunya harus disikapi sebagai sebuah kesempatan oleh pelaku Kustom untuk melihat keluar dan menjadikan impian dikenal dunia bukan sekedar numpang lewat saja. Kustom Kulture Indonesia butuh kerjasama,

butuh sikap dan pemahaman bahwa ini adalah proses panjang dengan segala tantangan potensi industri kreatif otomotif yang harus terus digaungkan.

Kustom Kulture tidak berbicara tentang kerja instan, ini adalah rencana dan tujuan yang jelas, Kustomfest *management* harus bersama terus belajar, perbanyak melihat dan membaca. Tahun ketiga tetaplah menjadi permulaan Kustom kulture mewarnai dan menginspirasi dunia lebih dari seratus tahun lamanya, Kustomfest *management* tidak boleh merasa tertinggal, hanya butuh berlari mengejar hanyalah berpikir dan berproses cerdas dan keras.

Cleveland CycleWerks (CCW) produsen sepeda motor asal Amerika Serikat yang memiliki varian motor modern dengan aroma klasik akan resmi diluncurkan pada acara Kustomfest 11-12 Oktober 2014. Kepastian hadirnya CCW di Indonesia ditandai dengan penandatanganan kerjasama antara *Cleveland CycleWerks* melalui PT. Javas CycleWerks Indonesia (*Cleveland* Indonesia) selaku Agen Pemegang Merek CCW resmi di Indonesia dengan Kustomfest, sebuah ajang *event* kustom tahunan di Yogyakarta.

Kustomfest 2014 dengan tema Kustom Rule Indonesian. Kustom Kulture Festival, 11-12 Oktober 2014, Jogjakarta – Indonesia JEC HALL – Jogja Expo Ccenter , 09.00 Wib – 22.00 wib, HTM : Rp. 25.000,- , *Lucky Draw* : 1 Mobil Hot Rod.



Event kustomfest 2014 juga dihadiri builder dunia yaitu Cole Foster – Salinas Boys , Roland Sands RSD , Yuichi Yoshizawa Custom Works Zon, Kaichiroh Kurosu Cherry's Company, Shige Suganuma Mooneyes Inc., Hiro


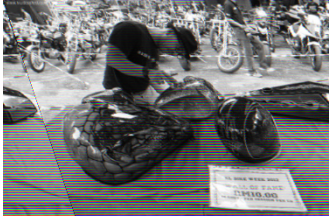

Wildman Ishii , Makoto Watanabe – Chopper Journal, Luke Ray Fuel Magazine, Geoff Baldwin Tank Moto, Fred Bagur Wild Motorcycles, Ultra VW. Flake & Flames The Kustom Kulture Adventure by Dirk Behlau & Jesper Bram.

Music performance : Shaggydog, Burgerkill, Suicidal Sinatra, Adrian Adioetomo, The Sleting Down, Gorilla Trampoline Many More . Art Kurator : Satya Brahmantya , Body Art Performance : Oni Killcat, Stuntrider show : Wawan Tembong – Unity Pitstop, Slammed Bus Grafity by Squad Grafity .


Presented by : Retro Classic Cycles Supported by : Cleveland Cyclewerks, Zeneos, Salinas Boys, Mooneyes Inc., RSD, Custom Works Zon, Cherry's Company, Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, OTOPLUS, Wrangler, Unity Pitstop, Dickies Indonesia, Fourspeed Metalwerks, Jambuluwuk Hotel, ICRW, Blanja.com, Bali Hai, Mobworks, Chopper Journal, Tank Moto, Fuel Magazine, Wild Motorcycles, Aircooled Way, Fotografer.net, Magic Ink, Indonesia Sub Culture, Gerombolan Tukang Tato Yogyakarta, , Liquid Next Generation, JEC, Greasy Hand Co., Retro Aero. Otomotif, Motor Plus, Retroisme, Otomotifnet.com, Kustomsix, Geronimo FM, Star Jogja, Tribun Jogja, Kedaulatan Rakyat, Radio Sonora, Radio Eltira, Jogja TV, Jogja Update, Pamit Yang2an, Adi TV, Radio Soekamti, Jackbikers.com



Tabel 1.1 Konsep acara *event* Kustomfest.




No	Konsep acara	Keterangan	Gambar acara
1.	Kustom <i>Bike Show</i>	<p>Kompetisi dan eksebisi semua kendaraan yang mengalami proses kustom. Yang harus dapat digunakan (baca/dikendarai), Jenis materi yang digunakan untuk proses kustom adalah kendaraan sepeda motor.</p>	
2.	<i>Hot rod car</i>	<p><i>Show &</i> eksibisi khusus Mobil <i>Hot Rod, Volksrod</i> dan Kustom <i>Airkooled</i> dengan berbagai jenis kendaraan dan tipe : <i>Truck, Sedan, Coupe, Van, Limo</i> dan seluruh Tipe <i>Airkooled & Volkswagen</i> dan sebagainya dengan beragam model ubahan kustom</p>	

3.	Kustom <i>bicycle & pedal car</i>	Eksebsi dan kompetisi kustom pada sepeda yang mengarah pada optimalisasi ide kreatifitas yang didasarkan pada peningkatan daya guna dan nilai artistik tanpa mengorbankan fungsi utama dari karya itu sendiri, yaitu kustom <i>rideable</i> (layak dikendarai).	
4.	Kustom <i>paint battle</i>	kompetisi pengecatan dengan medium <i>Becak Plat Body</i> (Body Becak) yang dilaksanakan diarea <i>event</i> dengan durasi 24 Jam.	
5.	<i>Helmet</i> kustom <i>paint</i> kontest	Kompetisi kreatifitas dan pengecatan (<i>painting</i>) dengan medium helm. Kompetisi <i>Helmet Kustom Paint Kontest</i> mempertandingkan berbagai teknik pengecatan dan	

		<p>kreatifitas pada medium helm.</p>	
6.	<i>Die cast sh</i>	<p>sebuah kompetisi yang mempertandingkan karya model atau minatur <i>Hot Rod Car</i> yang terbuat dari elemen logam (<i>cast</i>), namun bukan merupakan kategori <i>Tin Toys</i>.</p>	
7.	<i>Body art show & kontest</i>	<p>berbagai kegiatan <i>Tattoo War, Body Suspension, Tattoo Collaboration,</i> dan <i>Tattoo Show</i>. Selain itu juga menampilkan berbagai aktifitas mini <i>gallery</i> dan <i>workshop</i> yang terdapat dalam <i>booth</i> khusus komunitas <i>body art Indonesia</i>. Kegiatan akan lebih banyak menekankan tentang edukasi <i>Body Art & Tattoo</i> baik secara seni dan kesehatan. <i>Explorasi</i> karya <i>tattoo</i> dan juga kompetisi yang diatur dalam mekanisme</p>	

		tersebut.	
8.	<i>BMX & Skate</i> contest	<p>kompetisi adu ketangkasan BMX dengan pengelompokan kategori dan kelas <i>open</i> dan <i>junior street, flatland</i> dan <i>uber</i>. Kompetisi skate merupakan kompetisi dan eksebisi adu ketangkasan <i>Skateboard</i> dengan pengelompokan kategori dan kelas : <i>beginner</i> dan <i>best trick</i>.</p>	

9.	Foto kontes	<p>sebuah rangkaian perlombaan foto model dengan motor motor kustom yang telah di <i>display</i> oleh panitia acara.</p>	
10.	Kustom <i>art &</i> klasik <i>island</i>	<p>Area eksebisi pelaku seni yaitu seni rupa dan eksebisi khusus motor dan mobil antik/klasik sebagai edukasi kepada pengunjung dan masyarakat luas tentang sejarah motor dan mobil klasik di Indonesia</p>	

11.	<i>Stunt rider show</i>	sebuah pertunjukan <i>freestyle professional</i> yang diundang panitia penyelenggara untuk sebuah tontonan hiburan bagi peserta dan pengunjung.	
12.	<i>Vendor booth</i>	<i>Stand</i> pameran yang disediakan untuk <i>display</i> barang ataupun <i>merchandise</i> untuk dijual, <i>vendor booth</i> ini juga disediakan oleh panitia untuk para sponsor dan peserta pameran dengan harga sewa yang telah disediakan.	
14.	<i>Kustom culture performance</i>	pengisi acara hiburan dipanggung acara seperti band yang diundang pada acara kustomfest.	

(<http://kustomfest.com/programs/>). Diakses pada tanggal 30 mei 2015 jam 18.00 WIB.

Lulut Wahyudi, Direktur sekaligus *founding father* Kustomfest, mengatakan bahwa Berbeda dengan *event event* lain, *event* kustomfest ini memiliki beragam acara dengan konsep unik yang menggabungkan kompetisi, eksibisi karya, komunitas dan *entertainment* yang dikemas sebagai satu tontonan menarik selama dua hari penuh. kustomfest mengumpulkan penggemar kustom, meski ada format kompetisi. Semua menjadi satu keluarga, disebut sebagai jamaah kustom. Di sini, hilangkan rasa kompetisi dan idealisme, karena ini pesta dan semua pelaku industri Kustom, tegasnya.

Event Kustomfest 2014 menunjukkan kepada dunia bahwa Indonesia memiliki komunitas yang solid. Sehingga layak untuk diapresiasi menjadi bagian dari komunitas dan industri kustom secara *global*. Selain itu acara ini menjadi *embrio* lahirnya karya terbaik generasi muda Indonesia yang memberikan pengaruh positif dan hiburan bagi masyarakat. Dengan adanya Kustomfest akan mendorong industri *otomotif*, industri UKM dan kreatif lebih maju dan menjadi salah satu andalan pendukung dari sektor pariwisata dan budaya yang menjadi identitas Indonesia di mata dunia.

Event Kustomfest 2014 menarik untuk diteliti karena *event* Kustomfest di tahun 2014 terlaksana dengan sukses ditahun 2014 *event* Kustomfest mengalami kenaikan jumlah pengunjung yang datang dan *event* tersebut mempunyai konsep acara yang unik, kreatif dan *inovatif*, serta menjadikan wadah kreatifitas anak

muda bangsa Indonesia untuk berkompetisi dan berkarya. Kustomfest di tahun 2014 berusaha untuk tetap konsisten berada dijalur bisnis *Event organizer*. Sehubungan dengan hal itu, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana aktifitas *event* Kustomfest pada tahun 2014.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana aktifitas *event* Kustomfest pada tahun 2014?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti bertujuan untuk mengetahui dan memahami :

1. Aktivitas *event* Kustomfest pada tahun 2014.
2. Faktor penghambat dan pendukung *event* Kustomfest 2014.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis.

1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan kontribusi kepada ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu

komunikasi, khususnya untuk menyusun strategi kreatif *event* yang efektif terhadap pemahaman pengunjung mengenai sebuah *event* Kustomfest 2014.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat dan bahan pertimbangan bagi masyarakat pada umumnya dan pihak organisasi pada khususnya untuk menyusun strategi kreatif *event* dalam mengembangkan sebuah *event* untuk menarik perhatian pengunjung.

E. KERANGKA TEORI

E.1 Aktivitas *event*

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.

Definisi Events menurut para ahli, diantaranya Shone dan Parry (2002):

Special events are that phenomenon arising from those nonroutine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.

Saat ini konsep perkembangan *event* sejalan dengan kemajuan teknologi serta perkembangan kegiatan masyarakat. Perkembangan ini menjadikan jenis

event yang berlangsung lebih beranekaragam dan tidak terbatas pada kegiatan yang memiliki nilai keagamaan, adat dan budaya saja. Penyelenggaraan *event* telah berkembang sesuai dengan keinginan konsumen untuk dapat melihat *event* tersebut, misalnya *event* bersifat keolahragaan, *event* pengenalan produk, *eksibisi* atau lainnya. (Noor, 2009: 7)

Major event merupakan *event* yang secara ukuran mampu menarik media untuk meliput, menarik jumlah pengunjung yang besar untuk menghadiri *event* tersebut dan memberikan dampak peningkatan ekonomi secara signifikan. *Event* jenis ini berupa *event* yang berlangsung rutin secara tahunan.

Element penting *event* yang dapat dikategorikan sebagai *major event*.

- a. *Event* yang ditampilkan meliputi kompetisi antar tim atau perorangan yang diikuti oleh peserta dari berbagai Negara.
- b. *Event* tersebut harus dapat menarik banyak pengunjung untuk menghadirinya baik secara nasional maupun internasional.
- c. Adanya media yang meliput *event* tersebut dan dapat dinikmati oleh belahan dunia sekalipun. Hal ini memberikan peluang bagi teknologi untuk dapat digunakan secara maksimal dalam meningkatkan persaingan antara organizer.

Kategori *event* berdasarkan ukuran dan besar cakupan member dampak yang luas pada persiapan *event* itu sendiri. Semakin luas lingkungan penyelenggaraan maka semakin kompleks persiapan yang akan dilakukan.

Tidak hanya olahraga saja yang dikategorikan sebagai *major event*, tetapi jenis *event* lain, seperti *event* kebudayaan atau *cultural event* dapat juga dikategorikan sebagai *major event*. *Festival* budaya memiliki karakteristik tersendiri.

Berdasarkan tujuan dan waktu penyelenggaraan, dan ukuran jenis *event* maka Rofle dan South East dalam Bowdin dkk (2003) membagi *event* budaya menjadi tujuh karakteristik. Yaitu

a. *High profil general celebration of the art*

Merupakan *event* yang telah tersusun dalam agenda yang jelas, memiliki tujuan dengan pencapaian standar yang tinggi, menarik, minat media untuk meliput dan menayangkan secara luas, serta mampu menghasilkan pendapatan yang tinggi.

b. Festival untuk memperingati tempat tempat baru

Mulai dari daerah kecil sampai kekota besar. Festival diselenggarakan dengan tujuan mengumpulkan orang orang dari daerah yang bersangkutan untuk turut serta ambil bagian dalam festival tersebut.

c. *Art form festival*

Fokus pada bentuk seni tertentu. Festival ini menampilkan seni kepada pengunjung dan pada saat yang sama dapat dilakukan diskusi atau latihan singkat tentang seni tersebut.

d. *Celebration of work by a community of interest*

ini dilakukan oleh orang-orang dengan ketertarikan khusus dan juga dalam bentuk *workshop*.

e. *Calendar*

Perayaan yang bersifat religi dan kebudayaan biasanya diselenggarakan berdasarkan tanggal/waktu tertentu.

f. Festival seni amatir

Banyak festival diselenggarakan oleh *organizer* yang masih relatif kecil, tetapi mampu menarik minat pengunjung yang lebih besar. Hal ini tentunya karena akan terjadi kompetisi untuk selalu menyelenggarakan *event* yang baik.

g. *Commercial music*

Merupakan jenis *event* yang sering diselenggarakan karena mampu menarik minat pengunjung. Banyak event seperti ini diselenggarakan dengan format dan model yang hampir sama. Tetapi karena bintang tamu yang selalu berbeda dan pengunjung memiliki ketertarikan khusus, maka jenis festival seperti ini selalu dikunjungi banyak orang.

1. Perencanaan *Event*

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. 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*.

Perencanaan sebuah *event*, menurut Ruslan (2002:244-245) beberapa faktor yang dapat mendukung keberhasilan dalam pelaksanaan sebuah *event*, faktor 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 sasarannya.
- 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.

2. Pelaksanaan *Event*

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. Pudjiastusi (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).

3. Evaluasi

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.

Aktivitas *event* merupakan hal apa yang ada didalam sebuah *event* dan apa saja yang harus dilakukan sebuah *event*, yang mencakup dari hal yang sederhana yang berpengaruh besar dalam *event*. Teori ini menjelaskan dari struktur sebuah konsep, rencana, pengemasan, dan juga diposisikan sebagai apa *event* tersebut. Lokasi, *audiens*, sasaran pasar tidak luput dari aktivitas *event* itu sendiri.

F. METODE PENELITIAN

F.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah yang diarahkan untuk memberikan gejala gejala, fakta fakta atau kejadian kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat sifat populasi atau daerah tertentu. Nurul Zuriah (2006:47)

Pendekatan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata dari orang dan perilaku yang telah diamati.(Bogdan,dan tailor dalam meleong 1990).

Jadi penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memaparkan situasi atau peristiwa, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif yang dilakukan untuk mendeskriptifkan atau menggambar strategi kreatif event Kustomfest dalam menarik minat pengunjung.

F.2 Objek dan Lokasi penelitian

- a. Objek penelitian ini adalah *event Kustomfest management*.
- b. Penelitian dilakukan di jln. Melati Wetan No. 4 Baciro, Yogyakarta.
- c. Teknik Pengambilan Informan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan informan melalui teknik *purposive sampling* (pengambilan informan berdasarkan

tujuan). Sampling yang purposive adalah sample yang dipilih secara cermat hingga relevan dengan desain penelitian. Peneliti akan berusaha agar dalam informan itu dapat wakil-wakil dari segala lapisan populasi. Dengan demikian diusahakan agar informan itu memiliki ciri-ciri yang esensial dari populasi sehingga dapat dianggap cukup representatif.

F.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat teknik-teknik pengumpulan data, teknik-tekniknya adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Percakapan antara periset seseorang yang berharap mendapatkan informasi dari informan, seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek.

Perolehan dan pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam (*depth interview*). Wawancara mendalam adalah riset atau penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan percakapan antara tiga orang (peneliti dengan *key informan*) yang dimulai pewawancara dengan tujuan untuk memperoleh keterangan dan informasi yang sesuai dengan penelitian dan dipusatkan pada isi yang dititikberatkan pada tujuan prediksi dan penjelasan sistematis mengenai penelitian tersebut.

Wawancara mendalam ini tentu dilakukan penulis dengan memusatkan perhatian untuk memperoleh data dan informasi yang dapat dijadikan data utama penelitian penulis. Dalam pengumpulan data,

peneliti bergerak dari informasi kunci ke informan pendukung dan terus berlanjut sehingga tercapai titik *redudancy*.

Penentuan informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum dengan mempertimbangkan hal-hal tertentu seperti dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan atau mengetahui secara jelas yang dapat memudahkan peneliti. Kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah pihak-pihak yang mengetahui secara jelas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh *event* kustomfest dalam menarik minat pengunjung. Berdasarkan kriteria tersebut, maka informan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mereka yang mengetahui dan memahami proses *event* kustomfest pada tahun 2014.
2. Mereka yang terlibat dalam kegiatan *event* kustomfest pada tahun 2014.
3. Mereka yang mempunyai cukup waktu untuk diwawancarai.

Berdasarkan kriteria diatas, orang yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu :

- a. Lulut wahyudi sebagai *director* sekaligus *founding father event*, yang mengetahui strategi kreatif *event* dalam menarik minat pengunjung
- b. Aan fikryan sebagai *production manager* yang mengetahui seluruh kegiatan teknis produksi secara menyeluruh.

- b. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari dokumen, laporan, gambar, dokumen elektronik, ensiklopedia, artikel, peraturan dan literatur lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian. Moleong (2006: 126) menyebutkan bahwa sumber informasi yang berupa dokumen dan relevan atau catatan sesungguhnya cukup bermanfaat; ia telah tersedia sehingga akan relatif murah pengeluaran biaya untuk memperolehnya. Ia merupakan sumber yang stabil dan barangkali juga akurat sebagai cerminan situasi / kondisi yang sebenarnya. Ia dapat dianalisis secara berulang-ulang dengan tidak mengalami perubahan. Dokumen yang dipilih disesuaikan dengan tujuan dan fokus penelitian (Arikunto, 2003: 75).

F.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut agar dapat diinterpretasikan temuannya kepada orang lain (Bogdan, & Biklen, 1982 dalam Nurul Zuriyah, 2006: 17)

Langkah-langkah yang digunakan penulis pada analisis data kualitatif dalam penelitian adalah sebagai berikut : (Miles, Huberman dalam Haris Herdiyansyah 2010:164)

- a. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah proses pengumpulan data yang menggunakan beberapa teknik seperti wawancara, observasi yang berupa data dari hasil pendekatan hubungan dengan subjek penelitian.

b. Reduksi data

reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis.

c. Penyajian data/*display* data

Penyajian data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan memiliki alur tema yang jelas dan sudah memiliki alur tema jelas (yang sudah disusun alurnya dalam tabel akumulasi tema) kedalam suatu matriks sesuai tema tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan.

d. Kesimpulan

Adalah berisi tentang uraian dari seluruh subkategori tema yang tercantum pada table kategorisasi dan pengodean yang sudah terselesaikan disertai dengan *quote verbatim* wawancara.

F.5 Trianggulasi data

Trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang dimanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data tersebut. Denzin (1978) membedakan empat macam trianggulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori (Moleong,

2014: 330). Trianggulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah trianggulasi sumber yaitu membandingkan data mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. (Patton 1987: 331). Hal itu dapat dicapai dengan cara :

- a. Membandingkan hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang dengan yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan dengan orang-orang tentang situasi peneliti dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2014:331).

Dalam hal ini jangan sampai banyak mengharapkan bahwa hasil perbandingan tersebut merupakan kesamaan pandangan pendapat atau pemikiran. Yang terpenting disini ialah bias mengetahui adanya alasan alasan terjadinya perbedaan perbedaan tersebut. (Patton 1987:331).

F.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan Pada penelitian ini terdiri atas 4 bab, yaitu:

- a. BAB I

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian (jenis penelitian, objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, teknik

pengumpulan data, teknik analisis data, dan terakhir sistematika penulisan).

b. BAB II

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian , gambaran yang dimaksud adalah tentang kondisi dan situasi umum *event* kustomfest

c. BAB III

Berisi tentang pembahasan

d. BAB IV

Berisi tentang kesimpulan dan saran