

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia negeri dengan beribu keragaman budaya dan suku bangsanya. Pulau-pulau yang terbentang dari ujung barat sampai timur ini juga yang membuat Indonesia menjadi negara kepulauan terbesar di dunia. Potensi wisata yang juga tak kalah dengan negara-negara lain, potensi wisata dari keindahan alamnya maupun dari keanekaragaman budayanya. Tradisi leluhur yang masih di lestarikan dan dijaga sampai saat sekarang ini oleh masyarakat kita juga yang membuat Indonesia sangat kaya akan budayanya, seperti ritual pemotongan rambut gimbal yang merupakan tradisi atau kepercayaan masyarakat di daerah dataran tinggi Dieng yang masih di lakukan sampai saat sekarang ini. ritual yang cukup unik dan hanya akan di laksanakan ketika ada seorang anak yang mengalami penggimbalan pada rambutnya.

Dieng yang terletak di Provinsi Jawa Tengah ini tidak hanya memberikan keunikan budayanya tetapi juga menyuguhkan akan keindahan alamy. Letaknya yang memeng di daerah dataran tinggi ini, Dieng mempunyai beberapa obyek wisata yang menjadi andalan untuk menyedot perhatian wisatawan-wisatawan untuk berkunjung kesana.

Wisata alam yang berupa pemandangan gunung yang tinggi dan terasa kokoh di sebelah selatan dari kawasan wisata Dieng, bukit-bukit yang tak kalah indah mengelilingi seluruh kawasan Dieng seperti bukit Sikunir atau bukit sunrise yaitu bukit yang banyak di datangi oleh wisatawan-wisatwan maupun para pecinta alam untuk menikmati indahnya matahari terbit dari atas ketinggian ini. Obyek Telaga Warna yang juga memang memiliki keunikan yaitu warna air yang dapat berubah-ubah mengikuti suhu maupun cuaca di sana. Kemudian, kawah-kawah yang akan banyak juga di temui disana dikarenakan memang Dieng adalah kawasan vulkanik aktif dan dapat dikatakan merupakan gunung api raksasa dengan beberapa kepundan kawah. Keadaan alam itu juga yang mempengaruhi warna air dari Telaga Warna disana. Ketinggian rata-rata adalah sekitar 2.000 m di atas permukaan laut. Suhu berkisar 12—20°C di siang hari dan 6-10°C di malam hari. Pada musim kemarau (Juli dan Agustus), suhu udara dapat mencapai 0°C di pagi hari dan memunculkan embun beku yang oleh penduduk setempat disebut *bun upas* ("embun racun") karena menyebabkan kerusakan pada tanaman pertanian. (<http://dispartabud.wonosobokab.go.id/?cat=3> diakses pada tanggal 25 juli 2015).

Wisata sejarah pun bisa kita jumpai dengan adanya peninggalan kompleks candi yang berada tepat di tengah obyek wisata Dieng ini. Kawasan candi yang menempati ketinggian 2000 mdpl, memanjang arah utara-selatan sekitar 1900m dengan lebar panajang 800m. kumpulan candi

Hindu beraliran Syiwa yang di perkirakan dibangun akhir abad ke-8 sampai awal abad ke-9 ini di duga merupakan candi tertua di Jawa. Meskipun sampai saat ini belum ditemukan informasi tertulis tentang sejarah Candi Dieng, namun para ahli memperkirakan bahwa kumpulan candi ini dibangun atas perintah raja-raja dari Wangsa Sanjaya. Dengan ditemukannya sebuah prasasti berangka 808 M, yang merupakan prasasti tertua bertuliskan huruf Jawa kuno. ([http://candi.perpusnas.go.id/temples/deskripsi-jawa tengah-candi dieng](http://candi.perpusnas.go.id/temples/deskripsi-jawa_tengah-candi_dieng) diakses tanggal 25 juli 2015).

Keadaan alam yang subur dan cocok untuk pertanian, membuat mayoritas masyarakat di daerah lembah dieng menggantungkan hidupnya sebagai petani. Tanah yang subur untuk di tanam berbagai jenis sayur-sayuran ini membuat Dieng sedikit banyak menjadi penyuplai kebutuhan sayur-sayuran di daerah Jawa Tengah. Di bidang kuliner juga ada sajian kuliner yang khas yaitu buah carica atau papaya gunung, buah yang tergolong dalam jenis papaya ini hanya bisa tumbuh dan di jumpai disana. Buah yang mengandung banyak vitamin dan sumber kalsium ini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat menjadi manisan ataupun keripik untuk buah tangan yang khas dari Dieng.

Begitu banyaknya tujuan wisata yang berada dalam kawasan dataran tinggi Dieng inilah yang membuat pemerintah daerah melalui dinas-dinas terkait lebih serius lagi dalam mengelola dan menjaga kelestarian wisatanya, Sudah terlihat dengan meningkatnya fasilitas-

fasilitas ataupun sarana-sarana umum dalam obyek wisatanya. Acara masyarakat seperti pemotongan rambut gembel yang dulu hanya di laksanakan oleh masyarakat dengan dukungan para sesepuh adat dan keluarga-keluarga besar yang empunya ritual. Sekarang peran andil pemerintah dalam mempertahankan budaya atau tradisi-tradisi masyarakat terlihat dengan dukungannya terhadap acara-acara masyarakat di Dieng. *Dieng Culture Festival* yang sampai sekarang telah menjadi event tahunan masyarakat Dieng. Salah satu acara yang menjadi upaya pemerintah dalam mempromosikan kawasan dataran tinggi dieng di kanca national.

Dieng Culture Festival merupakan event tahunan yang diadakan masyarakat Dieng khususnya oleh kelompok sadara wisata dengan dukungan pemerintah daerah yang berisi acara-acara seperti atraksi seni budaya, pertunjukan wayang kulit, festival film indie pelajar, pesta balon dan lampion, meriahnya pagelaran jazz di atas awan, dengan acara puncaknya adalah ruwatan rambut gembel. Di Dieng beberapa anak mempunyai rambut gembel asli yang dilatar belakangi oleh mitos dan kepercayaan warga setempat. Pada puncak acara DCF, rambut anak yang gimbal secara alami ini akan di potong dengan ritual-ritual yang di pimpin langsung oleh para sesepuh adat dan kemudian potongan rambut tersebut akan di larung di telaga.

Event merupakan salah satu media untuk menarik publik terhadap merek, ataupun menjadi saran sebuah kota. Dari kegiatan event yang sukses akan menciptakan citra positif dari masyarakat ataupun target

sasaran dari diadakanya event tersebut. Begitupun dengan beberapa Negara dunia yang menjadikan event sebagai penambah atau meningkatkan citra mereka, menunjukkan perkembangan masyarakat dan menarik pengunjung dan investasi.

Seperti dibanyak negara, event telah banyak diselenggarakan dalam bentuk festival atau carnival yang berlangsung secara reguler pada waktu tertentu. Seperti festival yang berkembang ke berbagai penjuru dunia adalah Charter for Valentine's Days yang dimulai oleh Raja Henry VIII tahun 1537. Festival ini lebih sering dirayakan dengan nama Hari Valentine. Hal yang sama juga dilakukan di Indonesia seperti dengan diselenggarakanya perayaan-perayaan untuk memperingati atau mengenang kejadian yang bersejarah, seperti peringatan yang berdasarkan keagamaan misalnya perayaan agama islam Maulud Nabi, begitu juga dengan perayaan Galungan untuk umat Hindu. Peringatan yang berisfat tradisi suatu adat atau budaya daerah misalnya penyelenggaraan Robok-robok di Kalimantan yang berisi pesan persatuan dari semua etnis dan agama yang ada di Kalimantan.

Setiap negara memiliki budaya yang berbeda dimana didalamnya terdapat upacara traditional yang telah berlangsung ratusan tahun lamanya. Tetapi dari tradisi-tradisi budaya yang ada sudah banyak tradisi yang mengalami perubahan karena adanya pengaruh social, urbanisasi, industrialisasi dan berkembangnya populasi yang beraneka budaya. Perkembangan tersebut memberikan perubahan pula pada

penyelenggaraan event traditioanal pada saat ini. Seperti misalnya tradisi pemotongan rambut gimbal yang dulu merupakan tradisi ritual masyarakat di daerah Dieng Jawa Tengah.

Event yang setiap tahunnya ramai di kunjungi oleh wisatawan dari berbagai daerah bahkan ada wisatawan mancanegara yang memang sengaja ingin melihat langsung kebudayaan masyarakat Dieng ini, membuat event *Dieng Culture Festival* menjadi alat bagi dinas kebudayaan dan pariwisata untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke kabupaten Banjarnegara. Pentingnya manajemen event yang dilakukan untuk festival tahunan ini, mengingat event ini tidak hanya untuk hiburan masyarakat semata, tetapi juga sebagai bentuk pelestarian budaya masyarakat Dieng. Maka dinas pariwisata beserta kelompok sadar wisata Dieng melakukan manajemen event dengan berbagai cara seperti melakukan promosi melalui media elektronik ataupun melalui media cetak dan melakukan perencanaan dan pengevaluasian event.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Dieng dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1

Jumlah kunjungan wisatawan ke Dieng pada tahun 2012-2014

Tahun	Rincian data				
	Domestik		Mancanegara		Jumlah
	Target	Capaian	Target	Capaian	
2012	129.661	167.702	3.509	5.951	173.653
2013	139.661	167.720	4.509	6.419	174.139
2014	185.001	290.161	6.359	7.489	297.650

(Sumber: Dinas Seni,Budaya dan Pariwisata Kabupaten Banjarnegara)

Berdasarkan data yang di peroleh dari Dinas Pariwisata diatas bahwa kunjungan wisatawan di daerah dataran tinggi Dieng ini mengalami peningkatan setiap tahunnya, oleh karena itu menarik dilakukan penelitian lanjut tentang manajemen event “Dieng Culture Festival oleh kelompok sadara wisata dengan dinas pariwisata Kabupaten Banjarnegara” .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah: “Bagaimana manajemen event *Dieng Culture Festival* dalam rangka menarik minat calon wisatawan di kawasan Dieng”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan manajemen event *Dieng Culture Festival* sebagai promosi dalam menarik wisatawan.
2. Untuk mendeskripsikan factor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan event *Dieng Culture Festival*.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

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

2. Secara praktis

Dari hasil ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan dalam melakukan event sebagai promosi dalam menarik wisatawan.

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Event

Event di definisikan 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 pada waktu tertentu. Definisi event menurut ahli, diantaranya Shone and Parry (dalam Any Noor,2013:8): event adalah fenomena yang muncul dari kesempatan non-rutin yang memiliki leisure, kultural, personal atau sasaran dari organisasi di pisahkan dari aktivitas normal untuk kehidupan sehari-hari, dimana tujuannya adalah untuk memberikan penerangan, merayakan , menghibur atau menantang pengalaman dari sebuah grup masyarakat.

Setiap event selalu mempunyai tujuan utama untuk apa diselenggarakan. Salah satu tujuan utama dari event ada pada target sasarannya atau target pengunjung yang diharapkan akan hadir dalam event yang diadakan. Menurut Any Noor didalam buku *Event Management* kunci utamanya adalah pengunjung mengetahui manfaat apa yang akan didapat melalui sebuah event. Event yang diadakan memang bertujuan untuk mendatangkan jumlah pengunjung yang mencapai target atau bahkan melebihi target yang diharapkan dan ditetapkan. Karena jumlah pengunjung yang sesuai atau melebihi target adalah salah satu kesuksesan sebuah event (Any Noor,2009:182).

Saat ini konsep perkembangan event sejalan dengan kemajuan teknologi serta perkembangan kegiatan masyarakat. Perkembangan ini menjadikan jenis event yang berlangsungpun lebih beranekaragam dan tidak terbatas pada kegiatan yang memiliki nilai keagamaan, adat dan budaya saja. Penyelenggaraan event telah berkembang seseui dengan keinginan konsumen untuk dapat melihat event tersebut.

Banyak ahli menempatkan event sebagai media komunikasi. Seperti misalnya merujuk pada Schmitt(2010:63) yang menempatkan event sebagai media komunikasi pemasaran yang fokus pada pengalaman konsumen yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk berinteraksi secara langsung dengan perusahaan, merek, dan komunitas. Sulaksana (2007:40) yang menjelaskan bahwa event merupakan salah satu instrument komunikasi *below the line* yang banyak digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada khalayak. Ruslan (2007:141-142) menjelaskan bahwa event merupakan pengembangan aktivitas *public relations* sebagai salah satu media komunikasi untuk menarik perhatian dan liputan media pers dan umum terhadap lembaga atau produk tertentu yang ditampilkan. (<http://digilib.uin-suka.ac.id/13712/1/BAB%20I,%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>) di akses pada tanggal 10 september 2015.

2. Manajemen event

Kunci utama suksesnya sebuah event adalah pengembangan ide. Jika organizer dapat merealisasikan ide sesuai dengan harapannya, maka event yang diselenggarakan akan memiliki keunikan tersendiri. Karena inti dari penyelenggaraan event adalah harus unik dan biasanya muncul dari ide. Setiap event harus memiliki sesuatu yang berbeda dengan event lain. Event yang pernah diselenggarakan tentunya masih dapat diulangi pada kesempatan lain. Keunikan dapat berasal dari peserta yang ikut serta, lingkungan sekitar, pengunjung, pada event tersebut serta beberapa hal lainnya sehingga membuat event menjadi unik dan berbeda dari sebelumnya.

Event yang menjadi salah satu cara untuk berpromosi untuk sebuah kota atau pun perusahaan jasa, merupakan cara yang akan bermanfaat untuk dapat mengkomunikasikan sebuah merek atau identitas baru yang nantinya akan mengembangkan sebuah kota menjadi daerah tujuan wisata. Event yang menjadi sebuah kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Menurut Any Noor (2013:7) ada beberapa alasan mengapa sekarang banyak pemerintah daerah mendanai kegiatan yang bersifat festival atau exsibisi untuk daerahnya :

1) Jumlah kedatangan pengunjung atau wisatawan pada events 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 setempat. Hal ini terjadi karena baik wisatawan atau pengunjung membutuhkan fasilitas selama mereka berada di tempat event. Pengeluaran pengunjung dan wisatawan tentunya berdampak pada ekonomi daerah setempat.

2) 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 dalam bentuk festival di tempatnya.

3) Peningkatan sumber daya manusia

Dengan kemampuan yang dimiliki dan seringnya event diselenggarakan, maka kemampuan mereka mengelola event akan menjadi lebih baik. Pengelola event yang terus melibatkan pegawai akan

berkontribusi dalam peningkatan kemampuan dan profesionalitas suatu daerah sebagai penyelenggara event. Kerjasama ini dimungkinkan untuk meningkatkan potensi yang dimiliki oleh baik penyelenggara atau profesional untuk dapat berkembang dan bekerjasama.

Event yang diselenggarakan bertujuan untuk mengenalkan atau mengangkat citra sebuah kota atau daerah ke khalayak luas memang mulai gencar dilakukan di banyak negara. Seperti yang dijelaskan oleh Getz (2008:403) event sebagai media komunikasi bagi sebuah kota. Menurut Getz, melalui penyelenggaraan suatu event sebuah kota dapat mengkomunikasikan keunikan atau kekhasan yang dimiliki. Getz menjelaskan sebagai berikut:

- a) Event sebagai atraksi (*attraction*), sangat jelas dapat diungkapkan dimana kegiatan event merupakan atraksi/daya tarik tersendiri bagi sebuah destinasi. Atraksi adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat/dinikmati.
- b) Event sebagai pemberi citra destinasi (*image maker*), melalui kegiatan event sebuah destinasi dapat memasarkan dirinya untuk memberikan kesan dan pandangan terhadap destinasi yang ditawarkan.
- c) Event sebagai pendorong tumbuhnya atraksi wisata (*animators of static attractions*). Melalui kegiatan event dapat ditunjukkan segala bentuk atraksi yang merupakan ajang aktivitas dan kreativitas pelaku event.

d) Event sebagai penggerak tumbuhnya pembangunan sector lain (catalyst for other development). Melalui event, pertumbuhan sector lain secara tidak langsung tumbuh untuk melengkapi kegiatan event yang dilaksanakan. (<http://digilib.uin-suka.ac.id/13712/1/BAB%20I,%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)

Festival yang merupakan event yang sangat khas dengan budaya dalam masyarakat. Festival merupakan event yang dimiliki oleh sekelompok orang yang mengusung kekuatan khusus, spirit, pengetahuan, dan peningkatan adat kekeluargaan. Event jenis festival yang berkembang dari budaya biasanya membolehkan masyarakat dan pengunjung untuk terlibat langsung dalam kreasi yang diselenggarakan. Festival memiliki sifat yang sama dengan kehidupan, memiliki pengalaman khusus pada suatu wilayah masyarakat yang belum tentu ada di daerah lain. Festival biasanya merupakan fenomena social yang menampilkan budaya otentik dari suatu kebudayaan. Festival diselenggarakan untuk suatu perayaan tertentu yang diselenggarakan dengan sarana yang ada di masyarakat sekitar. Namun dengan perkembangan saat ini, festival diselenggarakan lebih banyak untuk kepentingan pengunjung atau biasanya wisatawan karena wisatawan ingin melihat apa yang biasa dilakukan di tempat yang dikunjunginya (Any Noor, 2013:30).

Festival merupakan bentuk event yang lebih bertujuan memberikan hiburan bagi audiens, baik dalam bentuk kesenian, budaya, permainan,

maupun penjualan produk. Karakteristik festival antara lain: melibatkan banyak peserta, tujuan utamanya menghibur khalayak, menunjukkan eksistensi perusahaan atau produknya, beragam sajian bisa disajikan sekaligus, biasanya ada satu tema yang diangkat, dan khalayak sasaran spesifik (Goldbatt, 2002:11).

Setiap event yang diselenggarakan juga pasti akan memiliki dampak, baik dampak positif maupun dampak negative. Dampak yang timbul dari event akan berpengaruh pada lingkungan sekitar tempat event diselenggarakan atau kepada *stakeholder* yang terlibat dalam penyelenggaraan event.

Pada dasarnya dampak yang timbul dari penyelenggaraan event dapat banyak dilihat pada masyarakat dan lingkungan di sekitar event diselenggarakan. Banyak event diselenggarakan di daerah yang masih jarang dikunjungi orang, sehingga dampak sosial akan lebih terasa pada masyarakat di daerah tersebut. Begitu juga dampak yang muncul pada lingkungan. Karena banyak dikunjungi orang, lingkungan yang pada mulanya masih baik, bisa menjadi rusak karena diselenggarakan event.

Dampak lain yang timbul karena penyelenggaraan event diantaranya dampak politik, ekonomi, dan pariwisata. Keseluruhan dampak yang timbul dari event disebabkan karena adanya kehadiran orang disekitar tempat event diselenggarakan.

Dampak penyelenggaraan event pada sektor pariwisata dapat diketahui dengan segera dan signifikan dengan peningkatan ekonomi di

suatu daerah atau wilayah. Menurut Any Noor dalam bukunya ada beberapa dampak positif pada sisi ekonomi yang timbul dari penyelenggaraan event dan kegiatan wisata adalah:

- a) Promosi daerah wisata.
- b) Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.
- c) Peningkatan waktu lama tinggal wisatawan.
- d) Peningkatan pendapatan
- e) Peningkatan pendapatan pajak
- f) Penciptaan lapangan kerja

Dampak negatifnya dari penyelenggaraan event tersebut adalah:

- a) Masyarakat hanya mengandalkan kegiatan pariwisata saja untuk peningkatan ekonomi
- b) Eksploitasi daerah
- c) Harga dan biaya tidak tetap.

3. Perencanaan Event

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

Tahapan awal dalam mengelola event setelah penetapan tujuan adalah mencari tempat penyelenggaraan event sesuai dengan tema event,

bekerjasama dengan penyedia jasa akomodasi, transportasi serta penyedia jasa lainnya. Saat yang paling penting adalah saat event berlangsung, karena akan terlihat apakah semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan atau tidak.

Beberapa event yang diselenggarakan juga mempunyai tujuan lain, seperti membangun komunitas, dan juga meningkatkan kesadaran komunitas terhadap suatu isu. Pelaksanaan event bukan hanya sekedar memberikan hiburan pada masyarakat, tetapi juga mempunyai tujuan lain yang ingin dicapai, yaitu (Ruslan, 1999 dalam Pudjiastuti, 2010)

- a) Kesadaran (*awareness*), meningkatkan pengetahuan publik terhadap perusahaan atau produk yang ditampilkan.
- b) Melalui komunikasi timbal balik yang baik, diharapkan akan memperoleh publikasi yang positif.
- c) Memperlihatkan itikat baik dari perusahaan atau produk yang diwakili dan sekaligus memberikan citra (*image*) positif pada publik sebagai target sasarnya.
- d) Berusaha mempertahankan penerimaan masyarakat .
- e) Mendapatkan rekanan atau pelanggan baru melalui event yang dirancang secara menarik dan kreatif.

langkah paling awal dalam perencanaan adalah membuat draft rencana event, yaitu mengumpulkan sebanyak mungkin ide yang masuk dan mengidentifikasi isu utamanya. Selanjutnya ide didiskusikan dan

disusun secara sistematis oleh komite penyelenggara event untuk mendapat masukan dari beberapa penasihat (Any Noor 2013:136).

Goldbaat (2002:36) membagi perencanaan penyelenggaraan event ke dalam beberapa tahapan agar event terlaksana efektif dan efisien. Tahap-tahap tersebut adalah:

1) *Research*

Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam, penyelenggaraan dapat melihat trend yang sedang berkembang, mengembangkan system penyediaan layanan baru, dan memecahkan masalah kecil sebelum menjadi besar. Terdapat tiga riset, yakni kuantitatif, kualitatif, dan campuran.

2) *Desain*

Fase ini merupakan kelanjutan dari proses riset yang dilakukan. Umumnya, proses ini dimulai dengan adanya brainstorming mengenai tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan artistic, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang akan digunakan, dan sebagainya. Fase ini juga dilakukan studi kelayakan event untuk menyaring ide-ide kreatif yang muncul. Studi kelayakan event menyangkut tentang kemampuan finansial, sumber daya manusia, dan kondisi politik.

3) *Planning*

Planning dilakukan setelah analisis situasi dan bersamaan dengan tahapan desain. Tahapan ini penyelenggaraan event mulai melakukan beberapa hal, di antaranya penganggaran waktu yang dipakai untuk melakukan aksi, pertimbangan pemilihan tempat, menentukan tim kerja, menentukan pengisi acara, bagaimana mempersiapkan layanan pendukung, bagaimana produksi, bagaimana mencari sponsor, dan sebagainya.

4) *Coordination*

Seorang menejer sebuah acara harus mampu melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain agar dapat bekerja secara simultan dengan satu tujuan yang sama. Fase ini terkait bagaimana komunikasi dengan internal panitia, stakeholder, vendor, dan sponsor. Termasuk dalam hal ini rapat dan koordinasi dan komunikasi *on site management*.

5) *Evaluation*

Evaluasi dapat dilakukan di setiap fase atau dilakukan secara menyeluruh. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan survey kepuasan dan melakukan pencatatan berapa jumlah peserta dan pengunjung. Metode evaluasi yang lain adalah melalui monitoring dengan menugaskan orang lain

untuk mengamati event atau dengan metode telepon atau mail survey.

(<http://digilib.uin-suka.ac.id/13712/1/BAB%20I,%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>)

Dalam pembuatan event perencanaan memang harus dikaji secara matang dan pertimbangan yang baik agar saat pelaksanaan event tidak akan terlalu jauh dari perencanaan awal. Menurut Indro Kimpling Suseno (2009:46) terdapat beberapa hal yang perlu direncanakan dalam pembuatan event yaitu:

- 1) 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, strategisnya tempat, dan bagaimana fasilitas yang tersedia di lokasi tersebut. Penentuan lokasi akan 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 suatu event.

2) 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.

3) 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.

4) Promosi

Promosi adalah kunci kesuksesan dari 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.

5) Panggung dan Dekorasi

Faktor lain dari 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 dari konsep dari event itu sendiri.

6) Tata Suara dan Lampu Penampilan

Pada tampilan ini sarat 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.

7) Klimaks Susunan Acara

Penyusunan acara secara detail mutlak dilakukan dalam penyelenggaraan event. Hal ini penting dilakukan agar tidak

terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan event. Penyusunan ini juga memudahkan bagi pengisi acara untuk mempersiapkan diri.

8) Faktor Pendukung Lainnya

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

4. Pelaksanaan event

Pada saat pelaksanaan event, manajer event berkeliling melakukan checklist ulang terhadap masing-masing kordinator dan memonitor acara dari awal hingga ahir. Jika pelaksanaan semakin tepat dengan perencanaan semula maka akan semakin sukses sebuah event tersebut.

Ada beberapa hal 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) :

a) Periksa persiapan setiap kegiatan (bagian publikasi, bagian pameran, bagian konsumsi, hiburan dan lainnya).

b) Rekonfirmasi setiap pihak yang akan terlibat (keamanan, catering, pengisi acara, bagian teknis dan lainnya sebagainya).

c) Periksa ketersediaan dan kesiapan pakai setiap fasilitas yang dibutuhkan (toilet, tempat parkir, kondisi AC, ruang pertemuan, kursi meja, penerangan, fasilitas untuk media, dan sebagainya).

d) Periksa media yang akan meliput kegiatan (media apa saja yang akan meliput, personal media yang akan datang, baik secara cetak maupun elektronik).

e) Periksa sponsorship (kompensasi yang akan diberikan kepada pihak sponsor dan atau produk yang dijanjikan pihak sponsor)

f) Periksa kondisi panggung, pameran dan tempat pelaksanaan acara seperti dekorasi, kekuatan panggung dan listrik.

5. Evaluasi

Salah satu tolak ukur suksesnya event adalah mampu mengevaluasi dan mengontrol setiap resiko yang muncul pada event. Evaluasi event dilakukan berdasarkan pada rencana operasional event. Selanjutnya dari rencana tersebut akan lebih mudah melakukan control terhadap setiap risiko yang mungkin muncul. Tentunya tahap evaluasi harus dapat

memberikan penilaian yang sebenarnya terhadap risiko event yang muncul.

Pada tahap evaluasi, sebaiknya seluruh data didokumentasikan dan didiskusikan dengan anggota team. Hal ini untuk memudahkan dalam memastikan risiko apa yang telah dihadapi, siapa yang terkena risiko dan bagaimana mereka menghadapi risiko tersebut. Beberapa EO akan menjadikan laporan atau dokumen evaluasi sebagai keunggulan EO dalam mengantisipasi segala bentuk resiko event. Karena tidak jarang klien akan bertanya bagaimana mengelola risiko dalam penyelenggaraan event (Any Noor, 2013:268-269).

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 (Betrik, 2006: 47).

Selain itu penilaian terhadap efektifitas program, implementasi perencanaan, sampai tercapai atau tidaknya tujuan event, ditentukan dari penilaian hasil evaluasi. Evaluasi menurut Allen et al dalam bukunya (2010:492) terdiri atas tiga jenis :

a) Pre-event evaluation, merupakan evaluasi yang biasanya dilakukan sebagai suatu analisis kelayakan atau digunakan untuk mengevaluasi konsep.

b) The monitoring and control process, biasanya dilakukan selama masa implementasi kegiatan event yang bertujuan memastikan kesesuaian perencanaan dan pelaksanaan event.

c) Post-event evaluation, merupakan evaluasi yang ditujukan untuk menilai hasil akhir pelaksanaan event dan bagaimana cara mengembangkan event.

Evaluasi pasca event ditunjukkan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesuksesan event. Oleh karena itu penting adanya untuk dilakukan sebuah evaluasi pasca penyelenggaraan event.

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, mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang, serta mengamati perilaku, motivasi dan persepsi, (Moleong, 2008:6).

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 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 panajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong,2008:9).

Tujuan dari penelitian deskriptif menurut Sumadi Suryabrata adalah:

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

Sedangkan definsi dari metode deskriptif menurut Whitney adalah mencari fakta dengan interpretasi tepat. Penelitian deskriptif mencoba mempelajari permasalahan yang terjadi dalam masyarakat, norma yang berlaku, serta situasi-situasi tertentu, termasuk didalamnya tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap, pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan juga pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena (Whitney dalam Nazir, 2003:54).

2. 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 dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2008:217).

b). wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan (Narbuko dan Achmadi, 2007 :83). Menurut ahli lain dalam bukunya, wawancara atau *interview* adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan 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 bebas serta mendalam, akan tetapi kebebasan yang ada tidak boleh lepas dari pokok permasalahan 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.

Dalam wawancara pertanyaan diberikan secara verbal. Biasanya komunikasi ini dilakukan dalam keadaan saling berhadapan, namun komunikasi dapat juga dilakukan lewat telepon. Wawancara tidak sekedar omong-omong atau percakapan biasa, walaupun keduanya berupa interaksi verbal. Dalam interview diperlukan kemampuan untuk menangkap buah pikiran orang lain dengan cepat.

c). Observasi

observasi atau pengamatan merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Narbuko dan Achmadi, 2007:70). Dalam penelitian ini pengamatan dilakukan langsung pada objek penelitian yaitu dengan mengamati bagaimana jalannya pelaksanaan event, dan bagaimana kegiatan event manajemen acara tersebut untuk mengetahui apakah pelaksanaan yang dilakukan telah sesuai dengan perencanaan.

3. Teknik Pengambilan Informan

Teknik sampling dalam penelitian kualitatif merupakan suatu teknik untuk menjaring sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber. Tujuan dari teknik sampling adalah untuk merinci kekhususan yang ada ke dalam ramuan konteks yang unik untuk menggali informasi

yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul (Moleong, 2002:165).

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

Karakteristik informan yang di pakai dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa pertimbangan karakteristik informan sebagai berikut:

- 1) Informan yang sudah terlibat (andil) lama dalam event
- 2) Informan mempunyai peranan penting dalam struktural organisasi event
- 3) Pihak pendukung event (pemerintah daerah setempat)
- 4) Peserta langsung saat pelaksanaan event
- 5) Wisatawan yang datang ke Dieng

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis data kualitatif yang banyak digunakan pada penelitian deskriptif. Data kualitatif dinyatakan dalam kalimat atau uraian. Bogdan dan Taylor mendefinisikan analisis data sebagai proses yang rinci usaha secara formal

untuk menemukan, dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis (Moleong, 2002: 103).

Dalam penelitian ini data diperoleh melalui wawancara dengan informan, data-data dari sumber non-manusia seperti bahan-bahan tertulis yang relevansinya dengan masalah yang akan diteliti serta data hasil pengamatan atau observasi akan diolah. Peneliti akan mencari makna dari data-data yang terkumpul dan menyusun pola hubungan tertentu yang ada untuk ditafsirkan kedalam satuan informasi. Data-data tersebut kemudian akan dihubungkan. Hubungan dari data-data tersebut akan menghasilkan kesimpulan dan jawaban atas pertanyaan yang ada.

Adapun langkah-langkah dalam analisis data yang di tulis Matthew B. Miles dan Michael Huberman (1992) seperti yang di terjemahkan 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 mengarah, membuang yang tidak perlu, mengorganisasi, data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan, mekode data, menelusuri tema dan

membuat gugus-gugus. Proses transformasi ini akan berlangsung terus sehingga 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 rancangan untuk menggabungkan informasi.

c) menarik kesimpulan

awal permulaan pengumpulan, peneliti mulai mencari makna dari data-data yang terkumpul. Selanjutnya peneliti mencari arti dan menjelaskan 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. Uji Validitas Data

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

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b) Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang pemerintahan.

e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Moleong,2002:178).

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