

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki beragam suku, budaya, ras, agama dan juga bahasa daerahnya. Keragaman budaya di Indonesia adalah keunikan yang melekat dengan kehidupan masyarakatnya. Kearifan lokal pada setiap daerah menjadikan negara ini memiliki potensi besar yang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik untuk mendatangkan wisatawan dari mancanegara.

Plog dan Bates menyatakan bahwa dalam ilmu budaya dan sosial (antropologi dan sosiologi), konsep budaya memiliki arti yang sangat luas. Dalam ilmu-ilmu ini, budaya didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dipelajari orang sebagai anggota masyarakat. Setiap generasi masyarakat mewariskan hal-hal abstrak (ide, nilai, norma), hal-hal dan benda-benda kepada generasi berikutnya. Belajar dan mewarisi ini biasa disebut dengan budaya. Ada bentuk budaya yang ideal (abstrak) dan bentuk budaya yang konkrit (objek budaya). Budaya dipelajari, dan tidak hanya tindakan tetapi juga gagasan memberi makna pada kenyataan (Rangkuti, 2011).

Pengertian kebudayaan yang sangat luas adalah: “Kebudayaan adalah keseluruhan yang kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan semua kemampuan serta kebiasaan yang diperoleh sebagian anggota masyarakat.” (Tylor dalam Rangkuti, 2011). Para ahli lain mendefinisikan kebudayaan sebagai "Himpunan reaksi motorik, kebiasaan, teknik, ide, nilai, dan tindakan yang ditimbulkannya" (Kroeboer dalam Rangkuti, 2011).

Kroeber dan Kluckhohn dalam (Rangkuti, 2011) lebih lanjut bersikeras. Budaya mencakup model dan model perilaku eksplisit atau implisit yang diperoleh dan dimediasi melalui simbol-simbol yang membentuk hasil tertentu dari masyarakat

manusia. Mungkin pemahaman yang diajukan oleh Bierstedt dalam Rangkuti (2011) dapat membantu menyederhanakan pemahaman tentang apa arti budaya menurut definisi di atas. Menurutnya, "budaya adalah keseluruhan kompleks dari semua pikiran dan tindakan orang, dan semua yang mereka miliki." Dengan kata lain, kebudayaan terdiri dari tiga unsur: gagasan (*ideas*), norma(*norms*), dan benda budaya (*things*).

Bangsa Indonesia memiliki gambaran budaya yang variatif, salah satunya dalam bidang seni dari tiap-tiap wilayah. Setiap daerah menunjukkan kreasi dan keunikannya masing-masing. Kesenian tersebut dapat dikelompokkan menjadi seni sastra, seni pertunjukan, seni musik, seni tari dan lainnya. Nilai-nilai budaya tersebut memiliki nilai yang luar biasa dan perlu dimaksimalkan demi kemajuan Indonesia dari segala aspek termasuk perekonomian.

Salah satu karya seni khas Indonesia yang dapat diunggulkan yaitu tenun. Tenun merupakan teknik dalam pembuatan kain yang dibuat dengan prinsip yang sederhana, yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Dengan kata lain, proses penenunan adalah bersilangnya antara benang lungsi dan pakan secara bergantian. Kain tenun biasanya terbuat dari serat kayu, kapas, sutra, dan lainnya. Pembuatan kain tenun banyak dikerjakan di berbagai wilayah Indonesia. Biasanya kain tenun diproduksi dalam skala rumah tangga.

Kain tenun adalah salah satu bagian dari warisan budaya dan pakaian bangsa Indonesia yang sudah dikenal dari jaman nenek moyang yang diperoleh dari perkembangan pakaian penutup badan setelah rumput-rumputan dan kulit kayu. Tenun merupakan identitas budaya yang sudah populer di Indonesia maupun di kancah internasional. Indonesia sendiri dinobatkan sebagai salah satu negara penghasil tenun terbesar, terutama dalam hal keragaman corak hiasan yang dapat dilihat dari segi warna, ragam hias serta kualitas bahan benang yang di gunakan. Menurut Rohmaya dalam

(Kemas dan Kurnia, 2019) yang membedakan motif tenun daerah lain dengan motif tenun lainnya dapat dilihat dari segi motif, ragam hias dan juga warna yang biasanya disesuaikan dengan sumber daya alam dan lingkungan di daerah tersebut.

Ada banyak daerah penghasil kain tenun yang tersebar di wilayah nusantara diantaranya Palembang, Batak, Jambi, Yogyakarta, Bali, Nusa Tenggara dan beberapa daerah lainnya. Tiap-tiap daerah penghasil tenun ini memiliki kekhasan dari corak atau motifnya masing-masing, salah satunya yaitu Sumbawa. Seperti etnis lain di Indonesia pada umumnya, perempuan suku Samawa, di Pulau Sumbawa, Nusa Tenggara Barat, juga memiliki keterampilan menenun kain songket, yang didapat secara turun-temurun dari nenek moyang mereka. Menurut Julmansyah dalam (Kemas dan Kurnia, 2019) sangking melekatnya tradisi menenun di tanah Samawa menjadikan keterampilan tersebut sebagai jati diri kaum perempuan, hal itu tergambar dalam ungkapan lokal, “siong tau swai, lamen no to nesek” artinya bukan perempuan, jika tidak bisa menenun.

Sumbawa sendiri memiliki kain tenun tradisiononal yang dinamakan “*kere Alang*”. Dalam bahasa Sumbawa, *kere* artinya kain dan *Alang* artinya loteng atau langit-langit rumah. Dinamakan *kere Alang* karena proses pembuatan kain tenun dibuat di atas loteng atau langit-langit rumah agar orang lain tidak dapat mendengar suara dari benturan alat tenun saat menenun.

Pada awalnya kerajinan tenun mempunyai ragam hias serta warna yang terbatas. Beberapa ragam hias *kere Alang* hanya boleh digunakan oleh kalangan tertentu khususnya kesultanan dan juga tokoh-tokoh penting lainnya. Hal itu dikarenakan motif *Kere Alang* yang tidak terlepas dari kebudayaan, kepercayaan, norma istiadat, tata kehidupan, alam (tanaman, hewan dan benda alam) yang dihubungkan dengan harapan serta maksud tertentu, yaitu bisa menghubungkan manusia dengan sang pencipta yang

mana diharapkan supaya dijauhkan dari malapetaka, diberikan kedamaian, kemenangan serta juga harapan-harapan lainnya.

Seiring berkembang zaman kerajinan kain *Kere Alang* mulai banyak digunakan oleh masyarakat tidak terkecuali masyarakat biasa juga bisa menggunakannya. Kain tenun *kere alang* sendiri memiliki banyak motif dan memiliki makna yang berbeda-beda dari setiap motifnya. Beberapa motif dari *kere alang* yang masih sering di temukan menurut (Kemas dan Kurnia, 2019) yaitu motif buwang marege, piyo manis, lonto engal, kemang langit, kemang kananga, jajar kemang baleno, kemang kanto lewa, babate idar langi, gili liyuk, lasuji bintang selapat, bintang kesawir, koari, kemang gelampok, cepa, lasuji kemang sasir.

Gambar 1. 1 Proses pembuatan kain tenun kere alang (nesek)



(Sumber: dokumentasi peneliti)

Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk kesenian, salah satunya dengan menggelar *event*. *Event* adalah salah satu alat yang dipakai dalam aktivitas PR (Publik Relation) selain hubungan dengan media dan lobi. Salah satu cara yang ampuh dalam mempromosikan keunikan dan keunggulan daerah adalah dengan mengadakan kegiatan atau *event*. *Event* mempunyai kekuatan yang luar biasa untuk menciptakan brand awareness kepada

konsumen sehingga dalam dirinya tumbuh fanatisme terhadap produk tertentu (Sukarmin dalam suroso dkk, 2015).

Saat ini sudah banyak kita jumpai *event* yang mengangkat tentang kebudayaan, musik dan pertunjukan lainnya. Hal ini juga terjadi di Kota Sumbawa yang sering menggelar *event* tentang kebudayaan baik untuk melestarikan kebudayaannya atau digunakan sebagai media dalam menarik wisatawan. Beberapa contoh *event* budaya yang di selenggarakan di Sumbawa yaitu Festival Moyo, Festival Malela, Pasaji Ponan, Saka Buffalo, Main Jaran dan lain sebagainya.

Salah satu *event* bertajuk seni budaya yang diadakan di Sumbawa yaitu Festival Neseq. *Event* ini diselenggarakan oleh Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) pada tahun 2019 dibantu oleh pemerintah kecamatan Moyo Hilir dan pemerintah desa Poto. Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) merupakan kelompok penenun tradisional yang membuat tenun khas Sumbawa yang biasa disebut *kere alang*. Anggota dari asosiasi ini merupakan pelaku dan pemerhati kain tenun khas Sumbawa.

Menurut Siti Aminah selaku ketua dari Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) lahirnya Festival Neseq ini berawal dari diadakannya bincang budaya pada bulan Maret 2019. Lebih jelasnya, pada saat bincang budaya yang dilakukan oleh APDISA dan beberapa pihak terkait seperti Pemerintah Desa Poto dan Pemerintah Kabupaten Sumbawa membahas peningkatan minat untuk menggunakan produk tenun lokal ternyata belum berimbang dengan kapasitas produksi Kre Alang dan sentimen harga juga menjadi masalah tersendiri baik untuk pemenuhan maupun peningkatan kesejahteraan penenun. Terdapat dua narasi yang berkembang yaitu pandangan tradisi memenun sebagai salah satu ekspresi budaya, dan karenanya harus dijaga

keluhurannya, dan pandangan industrial yang ternyata belum mampu direspon oleh penenun lokal.

Pembahasan dalam pertemuan ini kemudian menginisiasi ditunjuknya desa Poto sebagai salah satu desa pemajuan kebudayaan pada awal tahun 2019. APDISA sebagai promotor Festival Neseq pun bertujuan untuk menjadikan *event* ini sebagai upaya dalam meningkatkan *brand awareness* desa Poto sebagai desa pemajuan kebudayaan. Desa pemajuan kebudayaan merupakan sebuah catatan yang ditunjuk guna menemukan kembali potensi yang dimiliki desa, sehingga masyarakat dapat mengembangkan dan memanfaatkan untuk kesejahteraan melalui penguatan ekosistem budayanya.

Berdasarkan pernyataan Dirjen Kebudayaan Hilmar Farid yang dikutip oleh laman portal berita *online* Radar Sumbawa, dipilihnya desa sebagai program pemajuan kebudayaan karena desa merupakan akar/asal identitas budaya Indonesia dan paradigma pembangunan kebudayaan harus dimulai dari unit kebudayaan terkecil. Dengan hal itu, UU Nomor 5 tentang Pemajuan Kebudayaan menyatakan bahwa pemajuan budaya adalah upaya meningkatkan ketahanan budaya dan berkontribusi pada budaya Indonesia melalui perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan budaya. Dengan program ini diharapkan menjadi momentum yang tepat bagi masyarakat desa untuk dapat bergerak dan berkembang sesuai dengan imajinasi mereka tentang masa depan desanya. Desa bukan lagi sebagai objek pembangunan, tetapi desa merupakan subjek dari pembangunan itu sendiri (Hatta, 2021).

Pemerintah RI, melalui Direktorat kebudayaan, kementerian pendidikan dan kebudayaan RI telah menetapkan desa Poto menjadi salah satu desa model/percontohan pemajuan kebudayaan bersama 7 desa lainnya di Indonesia. Dari 10 fokus pemajuan kebudayaan sebagaimana disebutkan dalam UU No 5 tahun 2017 tentang pemajuan

kebudayaan, desa Poto memiliki 3 objek pemajuan kebudayaan (OPK). Pemerintah desa Poto dan pelaku kebudayaan setempat perlu terus didorong untuk tetap menjaga keberlangsungan ekosistem kebudayaan dengan melindungi, mengembangkan dan membina objek pemajuan kebudayaan ini.

Ditengah-tengah badai globalisasi yang menerpa masyarakat Indonesia, Desa Poto berkomitmen untuk tetap menjaga dan melestarikan budaya asli mereka. Oleh karena itu, Desa Poto telah ditunjuk sebagai satu-satunya desa di wilayah timur Indonesia yang terpilih sebagai desa percontohan pemajuan kebudayaan. Desa Poto dipilih karena memiliki tiga objek pemajuan kebudayaan diantara yaitu Neseq, Ponan dan yang ketiga Ratib Sakeco. Ketiga objek ini merupakan kesenian dan kebudayaan yang masih lestari di desa Poto. Desa Poto juga memiliki 6 lembaga kebudayaan yang berfungsi sebagai pelestari budaya tradisional. Pelaku OPK untuk Kere Alang sebanyak 300 penenun, sedangkan untuk Ratib & Sakeco sebanyak 100 orang.

Dilansir dari laman *online* Independensi.com, Desa Poto yang secara administrasi masuk dalam wilayah Kecamatan Moyo Hilir Kab. Sumbawa, sebelumnya secara historis merupakan sub wilayah yang bernama Bekat. Letaknya melingkupi dusun Malili di wilayah Desa Berare, Dusun Lengas, dan Dusun Poto di wilayah Desa Poto. Nama Bekat sekarang ini melekat sebagai nama administrasi bagi dusun Lengas di Desa Poto. Masyarakat ketiga dusun tersebut memiliki nenek moyang dan asal-usul yang sama. Zaman dulu sebelum mereka membangun tiga dusun tersebut (Poto Lengas dan Malili), desa asalnya bernama Bekat terletak di tengah persawahan Orong-Rea. Wilayah Bekat itu persis berada di tengah hamparan persawahan tersebut, ditandai oleh bukit pekuburan tua yang bernama bukit Ponan. Di bukit Ponan itulah makam para leluhur orang-orang Bekat. Sekitar 300 meter di sebelah tenggara bukit Ponan ditandai

sebagai bekas Desa Bekat, sehingga lokasi tersebut disebut Bekat Loka (Bekat Tua). Kini, seluruhnya sudah menjadi sawah yang subur (Hatta, 2019).

Fathul Muin, tokoh masyarakat Desa Poto Kab. Sumbawa dalam sebuah presentasinya memaparkan ada tiga alasan pokok mengapa masyarakat di ketiga dusun tersebut berpisah membentuk pemukiman baru di Dusun Malili, Lengas dan Poto. Ia menjelaskan hal itu disebabkan oleh, pertama, penduduk semakin bertambah, sementara lahan pemukiman sudah menyempit, agar tidak merusak persawahan yang telah ada. Kedua, mendekatkan diri pada lahan-lahan garapannya. Ketiga, menghindari bahaya banjir yang hampir setiap tahun meluap ke Bekat Loka Orong-Rea menghampar seluas lebih 1000 Ha mulai dari bukit Berare di sebelah selatan sampai ke Brang-Panemung di desa Pungkit di sebelah utara (Hatta, 2019).

Sejalan dengan tujuan pemerintah Desa Poto dan Kabupaten Sumbawa yang ingin memaksimalkan potensi budaya, penduduk Desa Poto sendiri harus mengetahui bahwa saat ini desa tempat tinggal mereka sedang dalam proses pembangunan ke arah pembangunan ekonomi dalam rangka memajukan taraf kehidupan masyarakat lokalnya. Setelah warga daerah sudah memahami tujuan dari penobatan Desa Poto sebagai desa percontohan pemajuan kebudayaan, diharapkan timbul rasa bangga dan keinginan untuk bersama-sama mewujudkan tujuan pemerintah demi meningkatkan perekonomian desa. Maka dari itu, dibutuhkan strategi komunikasi untuk meningkatkan *brand awareness* yang masih awam terkait *destination branding* Desa Poto yang baru. APDISA berkolaborasi dengan BRI dan Pemerintah Desa Poto serta Kabupaten Sumbawa memutuskan untuk menggelar *event* yaitu Festival Nesek 2019.

Fathul Muin selaku warga desa Poto dan juga sebagai pengurus dari Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) mengungkapkan bahwa Nesek sendiri merupakan proses pembuatan kain tenun *kere alang* kemudian ponan yaitu pesta rakyat yang diadakan untuk menyambut datangnya musim panen hasil bumi karena mayoritas penduduk merupakan petani dan yang terakhir yaitu ratib sakeco yang merupakan lantunan syair atau dalam bahasa Sumbawanya yaitu *lawas* yang di iringi dengan alat musik rabana.

Festival Nesek ini diselenggarakan di lapangan sepak bola desa Poto, Kecamatan Moyo Hilir, Sumbawa pada hari Rabu, 30 Oktober 2019. Festival ini dibuka oleh Bupati Sumbawa H.M. Husni Djibril. Dalam sambutannya, Bupati Sumbawa mengatakan, penunjukan desa Poto Kecamatan Moyo Hilir sebagai salah satu dari 8 desa di seluruh Indonesia menjadi desa percontohan pemajuan kebudayaan oleh Kemendikbud RI merupakan sinyal, daerah ini memiliki potensi untuk berbicara banyak di level nasional bahkan internasional.

Menurut Husnulyati sebagai sekretaris dari penyelenggara *event* Festival Nesek, ini merupakan *event* pertama tentang kebudayaan Nesek dan dua lainnya yang dilaksanakan di Sumbawa dan kemungkinan di NTB dimana Festival ini akan dijadikan *event* tetap yang akan berlangsung terus menerus. Jadi Festival ini milik Sumbawa yang dimulai dari desa Poto.

Event ini dilaksanakan dalam waktu satu hari, yang mana pada kegiatan utamanya dilaksanakan pada pagi hingga siang hari dan di lanjutkan sesi hiburan pada malam hari. Sesi hiburannya sendiri bertempat digedung seni budaya Desa Poto dan diisi penampilan kebudayaan seperti ratib rabana, peragaan busana tradisional Sumbawa, sakeco dan hiburan lainnya.

Pada perhelatan perdananya *event* ini berjalan sukses dengan melibatkan 180 orang penenun dari 300 orang penenun yang tergabung dalam Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA). Selain dari Desa Poto, penenun yang ikut serta juga ada yang berasal dari desa tetangga di Kecamatan Moyo Hilir dan Moyo Utara tambah Siti Aminah.

Festival nesek ini juga dibantu oleh pihak pemerintah kecamatan Moyo Hilir dan pemerintah desa Poto untuk mengundang pelajar SD dan SMP di Sumbawa agar turut serta dalam kegiatan sebagai ajang pembelajaran tentang kain tenun khas Sumbawa. Muda-mudi ini dilibatkan karena diperlukan regenerasi untuk mempertahankan keberlanjutan tenun tradisional Sumbawa, tambah Husnulyati.

Gambar 1. 2 Situasi para peserta pelaksanaan event Festival Nesek



(Sumber: Dokumentasi Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA)).

Bupati Sumbawa, HM Husni Djibril B.Sc mengakui, Festival Nesek merupakan *event* yang sangat luar biasa. Pemda Sumbawa dipastikan akan memberikannya secara penuh karena Festival Nesek diharapkan dapat menjadi agenda tahunan yang dapat memacu kepariwisataan Sumbawa. “Festival Nesek ini sangat luar biasa, kalau bisa diselenggarakan setiap tahun saya sangat setuju,” ujar Bupati Sumbawa (Nusramedia, 2019).

Dewi Nurul sebagai pengunjung dari *event* Festival Nesek menilai *event* ini sangatlah menarik mengingat pentingnya memperkenalkan kesenian daerah terhadap masyarakat luas dan juga sebagai ajang pembelajaran untuk muda-mudi sebagai generasi penerus. Kemudian menurutnya *event* ini juga cukup ramai.

“Ya *event* Festival Nesek ini cukup ramai karena mungkin ini adalah *event* pertama yang mengangkat tentang pembuatan kain kere alang dan mungkin banyak orang yang penasaran dan ingin melihat langsung pembuatan kain kere alang ini, Semoga *event* ini selalu ada setiap tahun dan juga untuk masukan semoga pada *event-event* selanjutnya lebih meriah dan juga lebih kondusif lagi”. (Dewi nurul sebagai pengunjung *event* Festival Nesek, hasil wawancara pada 6 September 2020).

Penyelenggaraan *event* Festival Nesek termasuk untuk melestarikan kebudayaan desa serta mengenalkan budaya yang ada di Sumbawa tentunya Desa Poto yang di tunjuk sebagai desa percontohan pemajuan kebudayaan seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa masyarakat Desa Poto memiliki berbagai macam hasil desa yang patut diperkenalkan.

Event yang baik tentunya memerlukan manajemen agar kegiatan yang di laksanakan berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan tujuan. Manajemen event adalah bagian dari ilmu manajemen yang menciptakan dan mengembangkan sebuah kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan orang-orang disuatu tempat, melakukan serangkaian aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suatu kejadian (Lidia Evelina, 2005). Fungsi manajemen event yakni mengorganisir sebuah event, kegiatannya meliputi dari konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan. Semua yang dilaksanakan dalam manajemen event, tujuannya agar pelaksanaannya dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Manajemen *event* yang diterapkan oleh panitia penyelenggara *event* Festival Nesek yaitu Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) bisa membuat *event* yang menarik dengan berbagai pertimbangan bahwa dalam pelaksanaan suatu *event* pasti memiliki kekurangan serta kelebihan. Pada penyelenggaraan *event* Festival Nesek ini sangat dibutuhkan adanya evaluasi sebagai pertimbangan untuk kemajuan dalam penyelenggaraan *event* selanjutnya, karena dilihat juga bahwa *event* tersebut baru diselenggarakan pertamakali pada tahun 2019. *Event* ini sangat diharapkan memiliki banyak manfaat bagi masyarakat desa Poto maupun masyarakat luas dan berjalan sesuai dengan rencana serta tujuan utama diadakannya Festival Nesek ini.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh pada penelitian komunikasi manajemen *event* Festival Nesek tahun 2019 yang di selenggarakan oleh Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) Kabupaten Sumbawa.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana manajemen *event* “Festival Nesek tahun 2019” dalam meningkatkan *brand awareness* Desa Poto sebagai Desa pemajuan kebudayaan?.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan manajemen *event* “Festival Nesek tahun 2019” dalam meningkatkan *brand awareness* Desa Poto sebagai Desa pemajuan kebudayaan.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi, yang berfokus pada bidang manajemen *event*.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penyelenggara *event* (Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) Kabupaten Sumbawa)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dalam melangsungkan manajemen *event* Festival Nesek pada tahun berikutnya.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai manajemen *event* Festival Nesek 2019 dan mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi tentang Festival Nesek dan kain tenun Sumbawa, Nusa Tenggara Barat (NTB).

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengkaji penerapan manajemen *event* dan mengimplementasikan secara mendalam mengenai teori-teori yang didapat semasa duduk di bangku perkuliahan sehingga peneliti memiliki referensi pengetahuan mengenai bagaimana aktivitas manajemen *event* dijalankan secara nyata di lapangan.

E. PENELITIAN TERDAHULU

Dalam melakukan penelitian ini peneliti membandingkan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian berjudul “Manajemen *Event (Frisian Flag Go Local)* Tahun 2017” yang diteliti oleh Odi Susanto dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2018. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen *event* yang di terapkan oleh *Frisian Flag Go Local* tahun 2017. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penyelenggaraannya ditemukan beberapa hal terkait manajemen *event* yaitu dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian dimana penelitian sebelumnya meneliti *event* yang diselenggarakan oleh salah satu perusahaan produk susu ternama di Indonesia yaitu *Frisian Flag* sedangkan peneliti meneliti *event* yang di adakan oleh Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) Kabupaten Sumbawa.
2. Penelitian berjudul “Analisis Manajemen *Event Gumelem Ethnic Carnival* Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara” yang diteliti oleh Satwika Rosyida Wijyaningrum dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia pada tahun 2018. Tujuan penelitian ialah untuk mengetahui manajemen *event* Gumelem Ethnic Carnival dalam melestarikan budaya yang dimiliki Gumelem melalui Penyelenggaraan *event* Gumelem Ethnic Carnival. Hasil dari penelitian ini menggambarkan *event* Gumelem Ethnic Carnival membagi proses manajemen *event* kedalam lima tahapan yaitu, *Research, Design, Planning, Coordination*, dan *Evaluation*. perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada objek

serta lokasi yang diteliti yang mana pada penelitian terdahulu membahas tentang *event* kebudayaan Gumelem Ethnic Carnival yang diselenggarakan di Banjarnegara sedangkan pada objek yang diteliti yaitu *event* kebudayaan Festival Nesek yang diselenggarakan di Sumbawa Besar.

3. Penelitian berjudul “Manajemen Event Jogja Halal Festival 2018 untuk Memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal” diteliti oleh Pinasthi Mahardhika Ayuning Ratri dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen *event* yang dilakukan untuk memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Hasil dari menyatakan bahwa event Jogja Halal Festival 2018 merupakan bentuk *organizational event* yaitu, sebuah *event* yang memiliki tujuan dari sebuah organisasi kemudian dikemas menjadi sebuah *event* yang besar dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang diteliti yaitu pada tujuan dimana penelitian sebelumnya memiliki tujuan untuk memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal sedangkan pada tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan manajemen *event* “Festival Nesek tahun 2019” dalam meningkatkan *brand awareness* desa Poto sebagai desa pemajuan kebudayaan.

F. KERANGKA TEORI

1. *Event*

Event merupakan salah satu alat komunikasi untuk strategi branding yang mana dapat digunakan untuk memperkenalkan sebuah merek atau produk kepada masyarakat luas. Agar dapat menarik perhatian masyarakat, maka didalam kegiatannya biasanya terdapat unsur atau nilai adat, budaya, tradisi dan agama dan lain sebagainya. Menurut Shone and Parry dalam (Noor, 2013) *event* adalah fenomena yang muncul dari kesempatan non-rutin yang memiliki leisure, kultural, personal atau sasaran dari organisasi dipisahkan dari aktivitas normal untuk kehidupan sehari-hari, dimana tujuannya adalah untuk memberikan penerangan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman dari sebuah group masyarakat.

Event menjadi salah satu strategi yang dapat memberikan pengaruh positif yang cukup besar dalam mengkomunikasikan pesan suatu *brand* kepada masyarakat, terutama kepada target khalayaknya. *Event* telah berkembang sesuai dengan keinginan dari konsumen, mengikuti dengan apa yang ingin dilihat dari *event* tersebut. Seperti *event* pengenalan produk, pementasan seni budaya, kompetisi, keolahragaan dan lain sebagainya. Kekuatan dari sebuah *event* yaitu terletak pada kemampuannya dalam mengkomunikasikan dan mengarahkan khalayak kepada sebuah produk tertentu. Maka dari itu, *event* dapat dikatakan sebagai sebuah alternatif atau cara untuk memberikan informasi yang bertujuan untuk membentuk sebuah opini publik.

Event sebagai media komunikasi bagi sebuah kota dijelaskan oleh (Getz, 2008). 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*.

Event menjadi penggerak tumbuhnya pembangunan sektor lain. Melalui *event*, pertumbuhan sektor lain secara tidak langsung tumbuh untuk melengkapi kegiatan *event* yang dilaksanakan.

Noor (2013) dalam bukunya menyebutkan ada beberapa dampak positif yang timbul pada sisi ekonomi dan penyelenggaraan *event* atau kegiatan wisata yaitu:

- a. Banyak penyelenggaraan *event* dilakukan di daerah tujuan wisata sehingga dalam satu kali kegiatan, daerah tujuan wisata juga ikut dipromosikan.
- b. *Event* merupakan suatu kegiatan yang dapat menarik turis untuk berkunjung. Jenis *event* yang diselenggarakan akan meningkatkan pengeluaran wisatawan dan lama tinggal di daerah tujuan yang sedang diselenggarakan *event*. Pemerintah biasanya menggunakan *event* sebagai salah satu atraksi wisata yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang.
- c. Dampak ekonomi yang muncul dari sebuah *event* adalah jumlah pengeluaran turis terbagi pada biaya perjalanan, akomodasi, restoran,

belanja, dan pelayanan lainnya. Dampak peningkatan ekonomi secara tidak langsung pada area tertentu karena adanya suatu kegiatan di tempat lain biasa dikenal dengan istilah *multiple effect*.

- d. Peningkatan jumlah lapangan pekerjaan juga terjadi karena adanya *event*. Pekerjaan yang tersediapun beragam dan dapat dikerjakan oleh orang dari berbagai kalangan usia dan jenis keterampilan.
- e. Peningkatan dalam sektor pajak juga akan meningkat karena penggunaan barang-barang yang diperlukan untuk terlaksananya sebuah *event*.

2. *Special Event* sebagai PR tools

Menurut seorang ahli komunikasi atau ahli Humas, Macnamar dalam (Santoso & Riskiyanti, 2014), pengertian *special event* adalah sebagai berikut: “*Special Event* adalah acara yang dirancang untuk menyampaikan pesan tertentu tentang produk dan perusahaan Anda dalam rangka menarik perhatian media”. *Special event* juga berguna untuk menyampaikan produk Anda (Ruslan dalam Santoso & Riskiyanti, 2014). Terminologi *special event* adalah sebagai berikut: spesifik atau khusus berarti "istimewa", luar biasa, atau tidak umum. *Special event* bisa terjadi secara khusus, baik internal, regional, dan nasional, maupun yang terkait dengan peristiwa internasional. Oleh karena itu, *special event* adalah acara istimewa yang sedang berlangsung dan dirancang khusus dengan program kehumasan (*Special Event PR Program*) yang terkait dengan *event* tertentu.

Special event adalah kegiatan eksternal dan juga termasuk dalam program kegiatan Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relations* (PR) yang dibuat oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk membangkitkan minat publik untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dipromosikan oleh humas. Peran atau tanggung

jawab Humas adalah menanamkan kepercayaan, itikad baik, dan integritas dalam mengkomunikasikan pesan dan informasi, memberikan rilis positif kepada masyarakat umum dan audiens melalui kiat dan taktik, dan teknik humas dalam menarik perhatian masyarakat umum mengenai produk dan jasa.

Pengertian *special event* pada umumnya adalah kegiatan kehumasan yang sangat penting dan menarik perhatian untuk memuaskan partisipasi banyak orang dalam kesempatan tersebut, seperti menambah pengetahuan dan memuaskan selera serta kegembiraan. Fungsi *special event* dalam hubungan masyarakat (Humas) adalah sebagai berikut.

- a. Memberikan informasi secara tatap muka (face-to-face) dan menjalin hubungan dua arah yang baik dengan masyarakat umum melalui program kerja atau *event* yang sengaja dirancang dan dikaitkan dengan hubungan masyarakat dalam program kerja tertentu (acara khusus).
- b. Sebagai media komunikasi dan publikasi sehingga pada akhirnya media massa atau masyarakat umum sebagai khalayak sasaran diharapkan mendapat rujukan, pengetahuan, dan pemahaman yang mendalam, dan peristiwa khusus ini dapat menciptakan citra positif perusahaan atau lembaga produk yang diwakilinya.” (Ruslan dalam Santoso & Riskiyanti, 2014).

3. Manajemen *Event*

Manajemen *event* adalah sebuah ilmu tentang bagaimana cara menciptakan, mengelola, dan mengembangkan suatu kegiatan yang memiliki tujuan. Proses manajemen *event* dimulai dengan mengumpulkan orang disuatu tempat dengan melakukan serangkaian aktivitas teratur untuk memperoleh sebuah informasi, edukasi,

atau hiburan. Manajemen *event* juga merupakan salah satu bagian dari ilmu manajemen yang dimana merupakan seni melaksanakan pekerjaan melalui orang-orang didalamnya (the art of getting things done through people) (Usman, 2010).

Menurut Noor (2013) menjelaskan bahwa 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 George Terry (dalam Sukarna, 2011) membagi empat fungsi dasar manajemen yakni Perencanaan (Planning), Organisasi (Organizing), Pelaksanaan (Actuating), dan Pengawasan (Controlling).

- a. Perencanaan (Planning) Merupakan penetapan pekerjaan (jobdesc) yang dilaksanakan oleh kelompok agar dapat tercapai tujuan yang sama mencakup pengambilan keputusan karena termasuk dalam pemilihan alternative-alternatif keputusan. Perencanaan disusun berdasarkan kemampuan visualisasi serta melihat kedepan sehingga dapat merumuskan sebuah pola dari tindakan yang akan dilakukan diwaktu yang akan datang. Melalui dua elemen yakni sasaran (goals) dan rencana (plan), maka proses pengambilan keputusan untuk merencanakan *event* akan berjalan sesuai tujuan serta dilaksanakan dengan sistem yang baik.

Menurut Noor (2013) proses perencanaan sebuah *event* adalah menetapkan tujuan, rencana awal mencari dan mengumpulkan informasi, membuat draft secara detil, diskusi (brainstorming) tentang perencanaan, mengatur persiapan *event*, pelaksanaan *event*, dan legalitas.

- 1) Pentapan tujuan Tujuan merupakan tahap awal dan paling penting karena akan menentukan arah sebuah *event* diselenggarakan. Tujuan tersebut dapat berupa pembelajaran, bertukar pikiran, sosialisasi, peringatan, hiburan, promosi produk atau meningkatkan pendapatan perusahaan.
- 2) Rencana Awal, Tahap rencana awal yakni mencari informasi terkait *event* yang akan diselenggarakan dan mengumpulkan informasi yang berhubungan. Pencarian informasi dilakukan guna melihat kelayakan dari rencana *event* dan mengetahui beberapa aspek seperti manfaat, membawah perubahan atau tidak, keuntungan dalam segi keuangan, sumberdaya, dan promosi. Apabila informasi mengenai *event* sudah terkumpul, maka selanjutnya dilakukan perencanaan secara lebih detil.
- 3) Rencana Detil Tahap ini merupakan lanjutan dari tahapan rencana awal dimana berfokus pada detil rencana. Beberapa aspek dalam rencana detil yakni terdiri dari keuangan, operasional, dan pemasaran.
- 4) Diskusi Tentang Perencanaan Setelah mendapatkan rencana secara detil dan telah dilakukan pembagian kerja maka perlu diskusi agar semua bidang dapat berjalan sesuai rencana pada waktu pelaksanaan *event*.

- 5) Mengatur Persiapan *event* Mengatur persiapan yakni sangat berpedoman kepada tujuan awal *event* akan dibuat seperti apa dan bagaimana. Sehingga waktu penyelenggaraan, operasional penyelenggaraan sudah sesuai rencana. Peran coordinator bidang sangat penting untuk menyiapkan bidangnya masing-masing.
 - 6) Legalitas Legalitas berkaitan dengan perizinan dimana *event* yang akan diselenggarakan merupakan *event* yang legal dan diakui. Legalitas berkaitan dengan resiko penyelenggaraan *event* seperti keamanan.
- b. Pengorganisasian (Organizing) Merupakan proses pengelompokan kegiatan untuk mencapai tujuan *event*. Pengorganisasian dilakukan sebagai cara untuk menghimpun dan mengatur sumber-sumber daya yang diperlukan, salah satunya adalah sumber daya manusia. Sumberdaya manusia terdiri atas staff utama yang bertanggung jawab atas bidangnya dan sukarelawan atau volunteer sebagai pembantu staff yang bekerja. Umumnya upah staf dan volunteer berbeda namun tetap mendapatkan fasilitas standar yang ditetapkan pihak penyelenggara *event* (Noor, 2013). Staff dan volunteer tersebut tergabung dalam sebuah struktur organisasi untuk memudahkan operasional. Struktur organisasi dapat bermacam-macam sesuai kebutuhan dan urgensi *event*. Tujuannya tentu sebagai penunjang kelancaran penyelenggaraan acara.

c. Pelaksanaan (Actuating) Menurut Terry (dalam Awaludin, 2018) menjelaskan bahwa kegiatan pelaksanaan meliputi :

- 1) Melakukan partisipasi terhadap keputusan, perbuatan, atau tindakan.
- 2) Mengarahkan orang lain dalam bekerja.
- 3) Memotivasi anggota.
- 4) Berkomunikasi secara efektif dan efisien
- 5) Meningkatkan anggota untuk memahami potensinya secara penuh.
- 6) Memberi gaji atau imbalan penghargaan yang sesuai kepada pekerja *event*.
- 7) Mencukupi fasilitas keperluan pegawai sesuai dengan kegiatan pekerjaannya.
- 8) Berusaha memperbaiki pengarahan sesuai dengan petunjuk pengawasan Pelaksanaan tentu merupakan implementasi dari perencanaan dan pengorganisasian yang sudah disusun secara matang sesuai dengan tujuan awal. Tahap ini berarti semua tim atau panitia penyelenggara bekerja dari mulai awal hingga *event* selesai digelar. Kinerja panitia sangat dinilai oleh berbagai pihak seperti penonton/pengunjung, serta penyokong dana atau sponsor.

d. Pengawasan (Controlling) Tahap controlling merupakan cara untuk menjamin bahwa pelaksanaan *event* dilapangan sesuai dengan rencana awal melalui cara mengukur, mengoreksi, menentukan standar, membandingkan guna mengevaluasi kelemahan sehingga tidak terulang di kemudian hari.

Ketua *event* atau manajer biasanya berperan mengawasi kinerja staf dan volunteer karena pengalaman dan konsep yang lebih mereka pahami. Pengawasan ini memiliki peran penting dalam manajemen untuk menguji keberhasilan dan kesesuaian dengan tujuan awal *event*. Melalui controlling tentu sasaran dapat diketahui tercapai atau tidak.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen *event* dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang terorganisasi secara profesional, efisien dan efektif. Komitmen untuk bekerja sama secara tim dengan memiliki visi yang sama sangat dibutuhkan agar menghasilkan *event* yang sesuai harapan. *Event* yang notabene terdapat komunikasi didalamnya juga memerlukan sebuah manajemen demi tercapainya tujuan *event* tersebut. Manajemen *event* dalam bidang komunikasi adalah bagian dari ilmu manajemen yang merancang dan mengembangkan suatu kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan masyarakat di sebuah lokasi dan melakukan aktivitas yang sudah diatur untuk mendapatkan informasi atau menyaksikan sebuah peristiwa. (Kennedy, 2009).

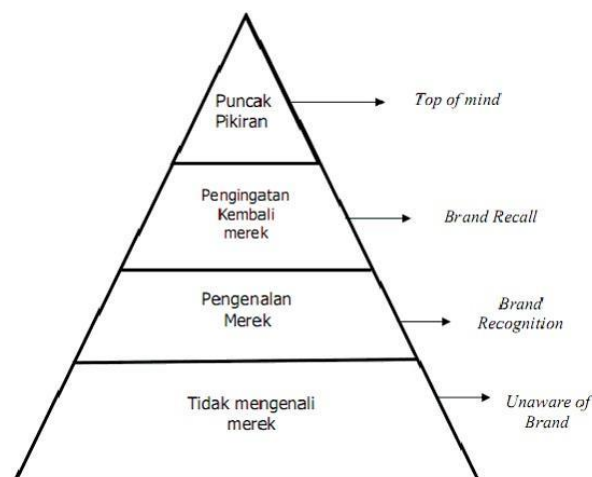
4. Brand Awareness (kesadaran merek)

Kesadaran (awareness) menggambarkan keberadaan merek di dalam pikiran konsumen, yang dapat menjadi penentu dalam beberapa kategori dan biasanya mempunyai peranan kunci dalam ekuitas merek. Meningkatkan kesadaran adalah suatu mekanisme untuk memperluas pasar merek. Kesadaran juga mempengaruhi persepsi dan tingkah laku. Kesadaran merupakan kunci pembuka untuk masuk ke elemen lainnya. Jadi jika kesadaran itu sangat rendah maka hampir dipastikan bahwa ekuitas mereknya juga rendah.

Secara umum, kesadaran merek menggambarkan persepsi seseorang dan reaksi kognitif pada sebuah kondisi atau peristiwa. Kesadaran tidak memerlukan pemahaman penuh karena ia adalah sebuah konsep yang abstrak. Kesadaran bisa di fokuskan pada keadaan internal, seperti insting atau pada *event-event* eksternal seperti persepsi panca indra. Durianto dkk (2004) mendefinisikan *Brand Awareness* sebagai kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk. Bagian dari suatu kategori produk perlu ditekankan karena terdapat suatu hubungan yang kuat antara kategori produk dengan merek yang dilibatkan.

Durianto dkk (2004) menjelaskan bahwa pengukuran *brand awareness* dapat dilakukan dengan tingkatan *brand awareness* yaitu *top of mind* (puncak pikiran), *brand recall* (pengingatan kembali merek), *brand recognition* (pengenalan merek) dan *unaware of brand* (tidak menyadari merek).

Gambar 1. 3 piramida *brand awareness*



a. *Top of mind* (puncak pikiran)

Apabila seseorang ditanya secara langsung tanpa diberi bantuan pengingatan dan orang tersebut dapat menyebutkan satu nama merek, maka merek yang paling

banyak disebutkan pertama kali merupakan puncak pikiran. Dengan kata lain, merek tersebut merupakan merek utama dari berbagai merek yang ada di dalam benak konsumen.

b. *Brand recall* (pengingatan kembali terhadap merek)

Pengingatan kembali terhadap merek didasarkan pada permintaan seseorang untuk menyebutkan merek tertentu dalam suatu kelas produk. Hal ini diistilahkan dengan pengingatan kembali tanpa bantuan, karena berbeda dari tugas pengenalan, responden tidak perlu dibantu untuk memunculkan merek tersebut.

c. *Brand recognition* (pengenalan merek)

Tingkat minimal dari kesadaran merek. Hal ini penting pada saat seorang pembeli memilih suatu merek pada saat melakukan pembelian.

d. *Unaware of brand* (tidak menyadari merek)

Merupakan tingkat yang paling rendah dalam piramida kesadaran merek, dimana konsumen tidak menyadari akan adanya suatu merek.

Suatu merek harus melekat dalam benak konsumen agar mudah melakukan *recall* saat konsumen melakukan pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Hal tersebut terkait dengan kesadaran merek yang dimiliki konsumen. Kesadaran merek adalah kemampuan pembeli dalam mengenal suatu merek secara cukup detail dalam suatu kategori tertentu sehingga memudahkannya membeli. Peran proses penyimpanan informasi ke dalam ingatan menjadi penting dan salah satu faktor yang mempengaruhi pemrosesan informasi adalah tingkat keterlibatan konsumen.

Durianto dkk (2004) juga menyatakan bahwa pengenalan maupun pengingatan merek akan melibatkan upaya mendapatkan identitas nama dan menghubungkannya ke kategori produk. Agar dapat dicapai *brand awareness* dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

- a. Pesan yang disampaikan harus mudah diingat dan tampil beda dibandingkan dengan lainnya serta harus ada hubungan antara merek dengan kategori produknya.
- b. Memakai slogan atau jingle lagu yang menarik sehingga membantu konsumen untuk mengingat merek.
- c. Jika produk memiliki simbol, hendaknya simbol yang dipakai dapat dihubungkan dengan mereknya.
- d. Perluasan nama merek dapat dipakai agar merek semakin banyak diingat pelanggan.
- e. *Brand awareness* dapat diperkuat dengan memakai suatu isyarat yang sesuai kategori produk, merek atau keduanya.
- f. Melakukan pengulangan untuk meningkatkan pengingatan karena membentuk ingatan lebih sulit dibandingkan membentuk pengenalan.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah cara untuk memecahkan suatu masalah didalam penelitian. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut (Creswell, 2010) penelitian kualitatif adalah sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah.

Bentuk dari data yang disajikan metode kualitatif adalah data deskriptif yang umumnya berisikan gambar-gambar, kata-kata sehingga menjadi kalimat, ataupun ada sebuah rekaman. Data yang disajikan di peroleh dari kegiatan nyata di lapangan dan

adapun ungkapan dari narasumber terkait. Penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dipilih karena peneliti ingin meringkas berbagai kondisi, menggambarkan, berbagai situasi, yang menjadi obyek penelitian, dan berupaya untuk menarik temuan itu ke-permukaan sebagai ciri, karakter, sifat, atau model tentang kondisi dan situasi yang menjadi dasar permasalahan peneliti.

Analisis penelitian ini mengacu pada *event* Festival Nesek tahun 2019 yang diselenggarakan oleh Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) Kabupaten Sumbawa dalam meningkatkan *brand awareness* desa Poto sebagai desa percontohan pemajuan kebudayaan. Melalui penelitian deskriptif kualitatif ini, diharapkan mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai manajemen *event* yang dilakukan oleh APDISA kabupaten Sumbawa pada *event* Festival Nesek tahun 2019 yang lalu.

2. Sumber data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data primer merupakan data yang diperoleh dari kegiatan di lapangan, baik melalui metode wawancara dan dokumentasi, (Sugiyono, 2013). Adapun yang menjadi sumber data primer dari penelitian ini adalah Ketua dan sekretaris Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) Kabupaten Sumbawa.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang dikumpulkan peneliti dengan tujuan untuk menunjang data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku, tulisan dan pendapat para ahli serta peraturan perundang - undangan yang berlaku dan data ini diperoleh dengan cara menggunakan studi melalui perpustakaan atau dokumen, artikel koran dan internet, (Sugiyono, 2013). Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal pendukung seperti penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, artikel yang di dapat dari berita *online* dan juga buku kepustakaan.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Guna mendapatkan informasi secara akurat dari narasumber sebagai data primer, peneliti menggali informasi menggunakan metode wawancara. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Materi wawancara adalah tema yang ditanyakan kepada informan, berkisar antara masalah atau tujuan penelitian. Wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian (Bungin, 2007).

Pengumpulan data yang akan peneliti lakukan yaitu mewawancarai informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam prosedur sampling yang paling penting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi.

Key informan adalah narasumber kunci yang memiliki kriteria yaitu orang yang bersangkutan memiliki pengetahuan yang luas mengenai masalah yang diteliti (Bungin, 2007). Peneliti merasa informan yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti yaitu mengenai manajemen *event* “Festival Nesek tahun 2019” dalam meningkatkan *brand awareness* Desa Poto sebagai Desa pemajuan kebudayaan. Beberapa kriteria informan dalam penelitian ini yang selanjutnya akan menjadi narasumber dalam wawancara adalah sebagai berikut:

1. Informan yang memahami mengenai strategi manajemen *event* dan tahapan-tahapan dalam *event* Festival Nesek 2019, serta hal - hal yang berkaitan dengan pelaksanaan *event*.
2. Informan yang memahami dan bisa menjelaskan mengenai keorganisasian dan juga rangkaian kegiatan pada *event* Festival Nesek.
3. Informan yang memahami seputar publikasi media dan pendanaan *event* Festival Nesek.
4. Masyarakat umum yang mengunjungi *event* Festival Nesek tahun 2019, yang mana mengetahui rangkain acara pada *event* Festival Nesek serta mengetahui dampak yang dirasakan setelah mengunjungi *event* tersebut.

b. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk otobiografi, surat-surat pribadi, buku atau catatan harian, memorial, kliping, dokumen pemerintah maupun swasta, data *diserver* dan flashdisk dan data yang tersimpan di *website* (Bungin, 2007).

Kegiatan mengumpulkan data berdasarkan pada dokumen yang dimiliki oleh Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) Kabupaten Sumbawa, buku-buku, dan literatur yang sesuai. Data yang diambil juga merupakan data yang sesuai dengan *event* Festival Nesek 2019.

Penelitian ini menggunakan beberapa bentuk dokumentasi yang dapat mendukung serta melengkapi data yang sudah diperoleh sebelumnya. Bentuk dokumentasi yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah proposal kegiatan *event*, laporan *event*, foto dan video rangkaian kegiatan *event* Festival Nesek tahun 2019.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2013).

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data yang masih kasar yang diperoleh di lapangan. Reduksi data adalah kegiatan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian dalam tema yang ditentukan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu, mengorganisasi data sedemikian rupa hingga kesimpulan final dapat ditarik dan diverifikasi. Cara mereduksi data adalah dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat,

menggolong-golongkan ke pola-pola dengan membuat transkrip penelitian untuk mempertegas, memperpendek membuat fokus, membuang bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat ditarik kesimpulan Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2013). Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti dalam memberikan kode-kode pada aspek-aspek tertentu (Usman, 2009).

b. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data disajikan sesuai data yang diperoleh dalam penelitian. Sehingga peneliti akan dapat menguasai data dan tidak salah dalam menganalisis data dan menarik kesimpulan. Penyajian data bertujuan untuk menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk sehingga akan mudah dipahami Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2013).

Penyajian data yang baik, dalam bentuk yang padu akan membantu peneliti dalam melihat apa yang terjadi, dan menentukan apakah peneliti telah menarik kesimpulan dengan benar. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dalam hal ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk teks, untuk memperjelas hasil penelitian maka dapat dibantu dengan mencantumkan tabel atau gambar.

c. Penarikan kesimpulan

Tahap ini adalah tahap terakhir dalam analisis data. Kesimpulan merupakan proses verifikasi dari data-data yang telah dipilih pada tahap sebelumnya yang kemudian disimpulkan untuk menjawab pertanyaan peneliti (Sugiyono, 2013). Penarikan kesimpulan ini kemudian harus di uji dan diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali dengan meninjau ulang secara sepintas pada catatan lapangan untuk memperoleh pemahaman yang cepat. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2013).

5. Uji Validitas Data

Tantangan bagi segala jenis penelitian pada akhirnya adalah terwujudnya produksi ilmu pengetahuan yang sah, valid, benar dan beretika. Kebenaran atau validitas harus dirasakan merupakan tuntutan dari tiga hal yakni (1) deskriptif, (2) interpretasi, dan (3) teori dalam penelitian kualitatif Alwasilah dalam (Bachri, 2010).

Validitas penelitian dibagi menjadi dua, yaitu validitas internal dan validitas eksternal. Validitas internal berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai. Sementara validitas eksternal berkenaan dengan derajat akurasi apakah hasil penelitian dapat digeneralisasikan atau diterapkan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Pemeriksaan ini dapat dilakukan dengan beberapa teknik, antara lain perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, dan pengecekan anggota (Sugiyono, 2013).

Uji keabsahan data dapat dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan *“the aim is not to determine the truth about some social phenomenon, rather than the purpose of triangulation is to increase one’s understanding of what ever is being investigated.”*. Triangulasi bukan bertujuan untuk mencari kebenaran, tapi meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data dan fakta yang dimilikinya. Terdapat tiga triangulasi dalam keabsahan data yaitu triangulasi sumber (data), triangulasi teknik dan triangulasi waktu, Susan Stainback dalam (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi data (sering kali disebut dengan triangulasi sumber). Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan. Menurut Paton dalam Moleong (2016):

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan dengan harapan adalah berupa kesamaan atau alasan terjadinya perbedaan.

Dari kelima cara di atas peneliti melakukan teknik keabsahan data yaitu menggunakan triangulasi dengan sumber yang banyak peneliti meneliti beberapa sumber (informan) untuk dibandingkan dengan data sumber lain. peneliti akan tahu bahwa data yang diperoleh konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan (Pawito, 2007).

H. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab I pendahuluan penulis akan menampilkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan juga sistematika penulisan.

BAB II: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab II ini penulis akan melampirkan tentang gambaran umum dan juga profil dari objek penelitian. Penelitian ini akan diselenggarakan di Desa Poto, kecamatan Moyohilir, Kabupaten Sumbawa, tepatnya pada organisasi Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA).

BAB III: SAJIAN DATA & PEMBAHASAN

Bab III yaitu sajian data & pembahasan yang mana akan memaparkan mengenai data yang ada di lapangan serta analisis data yang dikumpulkan berdasarkan metode

penelitian yang telah ditetapkan yakni wawancara dari objek yang diteliti. Pada bab III ini peneliti juga akan menjelaskan bagaimana manajemen *event* pada Festival Nesek tahun 2019. Hal ini akan dikemas dalam pola sajian dan analisis data berdasarkan hasil observasi, wawancara dan studi dokumen.

BAB IV: PENUTUP

Bab IV yaitu penutup, dalam bab ini peneliti akan membahas secara ringkas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Poto, kecamatan Moyohilir, Kabupaten Sumbawa, tepatnya pada Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) mengenai manajemen *event* pada Festival Nesek tahun 2019 dalam meningkatkan brand awareness desa Poto sebagai desa percontohan pemajuan kebudayaan. Pada bab ini juga akan ditampilkan mengenai beberapa saran dari peneliti sebagai masukan kepada Asosiasi Penenun Tradisional Samawa (APDISA) terkait dengan manajemen *event* untuk penyelenggaraan *event* selanjutnya.