

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Negara Indonesia memiliki budaya beraneka ragam, yang merupakan salah satu ciri khusus untuk mengetahui asal-usul budaya tersebut. Sering kita ketahui banyak *event* yang diselenggarakan di berbagai kota-kota besar yang ada di Indonesia. *Event* merupakan suatu bentuk kegiatan yang dilaksanakan suatu individu atau sekelompok orang untuk hal-hal yang penting yang berkaitan dengan tradisi, adat, budaya, agama serta bentuk kegiatan yang dibuat perusahaan untuk kepentingan organisasi tertentu dengan tujuan tertentu dengan waktu yang sudah ditentukan sebelumnya.<sup>1</sup>

Satu atau aneka ragam budaya yang dimiliki suatu daerah merupakan salah satu ciri khas yang tidak dimiliki oleh daerah lain bahkan tidak bisa ditiru, sehingga dengan penyelenggaraan sebuah *event*, budaya dalam suatu daerah dapat dikenal oleh masyarakat. Agar budaya dalam suatu daerah bisa terus berkembang, tidak punah, dan menambah pengetahuan bagi generasi di masa yang akan datang.

Salah satu daerah yang menyelenggarakan *event* tentang budaya adalah Kota Tanjung Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan atau kabupaten paling ujung yang berada di Kalimantan Selatan. Kota yang banyak tidak dikenal oleh orang dari Kalimantan sendiri maupun orang dari luar Pulau Kalimantan, tetapi memiliki kekayaan daerah yang berlimpah dan budaya yang beraneka ragam. Prihatin dengan keadaan tersebut, suatu lembaga swadaya masyarakat (LSM) di Tanjung yaitu Putera/Puteri Saraba Kawa

---

<sup>1</sup> Any Noor, Alfabeta, Manajemen Event, Bandung. 2009

(Perkumpulan Pusaka) menyelenggarakan sebuah *event* budaya lokal yang melibatkan seluruh sanggar seni dari Pulau Kalimantan

Putera/Puteri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) merupakan sebuah wadah kaum muda-mudi Tabalong yang bertujuan agar kaum muda-mudi Tabalong bisa mengembangkan integritas untuk menjadi kaum muda yang kreatif, mandiri, dan peduli. Yayasan Pusaka yang berdiri pada tanggal 18 Mei 2010 ini memiliki fokus untuk mendorong kaum muda Tabalong agar tidak segan berinovasi dan membebaskan imajinasinya dengan karya-karya produktif. Oleh karena itu, Putera Puteri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) menyelenggarakan *event* Tabalong Etnik Festival yang bertujuan salah satunya untuk melestarikan budaya lokal yang ada di Tabalong.

*Event* Tabalong Etnik Festival V (TEF) yang bertemakan “Mahakarya Banua” adalah *event* yang menyuguhkan, Fashionshow Sasirangan, Workshop dan Atraksi Kuntau (silat), Mamanda (Teater Banjar), Karasmin Musik Festival, Voice Of Borneo Feat Hendy Gigi Band, Etnik Karnaval, serta pementasan berbagai sanggar tari yang ada di Tabalong. *Event* yang sudah dilaksanakan 5 tahun terakhir ini tiap tahunnya sudah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir ini.

Dalam *event* TEF ini banyak sekali hal yang sangat penting bagi kota Tanjung itu sendiri yaitu agar budaya lokal ini lebih dilestarikan oleh masyarakat setempat, masyarakat pendatang juga lebih mengenal tentang budaya lokal tersebut, dan juga yang terpenting meningkatkan minat kunjungan dari masyarakat luar daerah yang bisa berimbas baik untuk peningkatan ekonomi daerah Kabupaten Tabalong.<sup>2</sup>

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bupati Tabalong, H. Anang Syaheani dalam pemberitaan redaksi metro bahwa beliau merasa gembira melihat perkembangan seni dan budaya yang terdapat di Kabupaten Tabalong dan hal tersebut bukti bahwa orang Tabalong tidak miskin kreasi. Beliau juga

---

<sup>2</sup>(Redaksi metro7. Suwanto, SE <http://www.metro7.co.id/2015/02/tabalong-pesta-etnik-festival-iv.html>. Akses 12 jini 2015)

berharap jangan hanya perkumpulan pusaka saja yang menggagas kegiatan pelestarian budaya seperti ini, melainkan perkumpulan-perkumpulan kaum muda Tabalong juga melakukan hal yang sama bahkan juga lebih.<sup>3</sup>

*Event* Tabalong Etnik Festival yang sudah dilaksanakan 5 tahun terakhir ini sudah bisa dijadikan tolak ukur untuk perkembangan *event-event* selanjutnya. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui proses manajemen *event* TEF V yang dilaksanakan Oleh Putera/Puteri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka).

Hal yang mendasari peneliti memilih *event* TEF V untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Pertama, *event* TEF V memiliki nuansa yang berbeda dari *event-event* sebelumnya, hal tersebut dapat dilihat dari bentuk promosi yang besar-besaran. Kemudian, dalam *event* TEF V juga mengundang Gusti Hendy Drummer Band GIGI sebagai guesstar utama yang berkolaborasi dengan Voice Of Borneo. Terakhir, peneliti bisa ikut terlibat secara langsung dalam proses pelaksanaan *event* TEF V.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada *event* Tabalong Etnik Festival V (Budaya Lokal Banjar dan Dayak). Peneliti ingin mengetahui manajemen *event* yang terdapat dalam *event* TEF V yang menyuguhkan berbagai karya Banua Kalimantan Selatan.

## B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah ini adalah:

Bagaimana manajemen *event* TEF yang dilakukan oleh Putra/Putri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) Tabalong dalam melestarikan budaya daerah Kabupaten Tabalong Kalimantan Selatan.

---

<sup>3</sup>(Redaksi metro7. Suwanto, SE <http://www.metro7.co.id/2015/02/tabalong-pesta-etnik-festival-iv.html>. Akses 12 jini 2015)

## C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen *event* dalam *event* TEF yang diselenggarakan oleh Putra Putri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) Tabalong dalam melestarikan budaya daerah melalui *event* Tabalong Etnik Festival (TEF) V yang sudah terlaksana di daerah Kabupaten Tabalong Kalimantan Selatan selama 5 tahun terakhir ini.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Akademis

Penelitian ini bisa dijadikan pembelajaran dan juga bisa memperkuat teori terkait tentang manajemen *event* melalui *event* TEF yang dilaksanakan oleh Putra Putri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) Tabalong.

#### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manajemen *event* yang baik atas perkembangan *event* TEF kedepannya dan bisa berimbas baik untuk kemajuan perekonomian daerah atas minat kunjung yang semakin meningkat serta pelestarian budaya lokal daerah semakin banyak dikenal orang Kalimantan sendiri bahkan luar Kalimantan.

## D. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan data dari sebuah penelitian yang tertulis untuk memperkuat pemahaman konsep yang dibutuhkan sesuai topik penelitian. Kemudian, dalam referensi yang terdapat dalam penelitian ini juga bisa dijadikan kontrol agar penelitian ini tidak menyerupai dengan penelitian sebelumnya dan bisa dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti dalam penelitian yang akan dilakukan. Adapun beberapa referensi penelitian terdahulu yang sesuai, diantaranya sebagai berikut :

Penelitian yang terdahulu disusun oleh Erny Mardhani, 07331012. Analisis Manajemen *Event* LSM BORDA dan WALHI DIY dalam Mengkampanyekan Program Lingkungan Hidup. (Studi Komperatif pada Evaluasi Program tahun 2010). Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi Ilmu Sosisal dan Budaya. Universitas Islam Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui evaluasi program kampanye *event* dari public relation kedua LSM dan juga faktor pendukung serta penghambat dalam program kampanye *event* tersebut. Dalam penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting.

Pertama proses perencanaan program kampanye *event* mulai dari persiapan kampanye *event*, penerapan program kampanye *event* di lapangan, serta evaluasi program kampanye LSM BORDA dan WALHI DIY. Hasil dari temuan yang didapat dalam program kampanye tersebut adalah kedua LSM tersebut melakukan kampanye dengan sederhana. Penyebab kesuksesan dari program kampanye ini dilihat dari liputan dari media dan adanya kegiatan manajemen *event*.

Artinya liputan media sebagai respon untuk memberitahukan kepada khalayak atas *event* ini di lapangan. Evaluasi LSM BORDA adalah sebagai bagian dari mempertahankan program public relations, merevisi program dan keberlanjutan program ini di masa yang akan datang. Walhi DIY lebih banyak melakukan evaluasi di lapangan dengan pemantauan atau pengecekan persiapan peserta secara langsung. Evaluasi yang dilakukan dalam program *event* dimulai dari persiapan evaluasi program PR, proses evaluasi program PR, laporan dari hasil kegiatan evaluasi. Evaluasi program yang dilakukan menjadi bahan pertimbangan untuk melanjutkan aksi program di masa mendatang.

Secara keseluruhan evaluasi hingga tingkat manajemen dengan cara sederhana. Evaluasi lebih melihat pada hasil ekspos media dalam memberikan kampanye *event* yang di adakan. Dalam temuan penelitian ini hampir ada

kesamaan tentang meneliti evaluasi sebuah *event* yang dibuat oleh LSM tetapi yang membedakan penelitian terdahulu lebih ke strategi yang dilakukan oleh seorang PR dalam mengelola *event* tersebut, sedangkan dalam penelitian yang akan penbeliti lakukan lebih ke Manajemen *event* LSM tersebut.

Penelitian terdahulu lebih berfokus kepada evaluasi program yang dilaksanakan. Hal ini sangat berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang, peneliti lebih berfokus terhadap manajemen *event* dalam melestarikan budaya daerah. Terdapat juga perbedaan terkait jenis event yang diteliti, penelitian terdahulu tergolong dalam jenis *major event*, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang lebih tergolong dalam jenis *event helmark* dan *cultur event*.

Penelitian selanjutnya dikutip dari sebuah skripsi Ilmu komunikasi yang disusun oleh Riadita Restu Hutami, 08321050. Analisis Manajemen Event Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Klaten Jawa Tengah (Studi Kasus PRS 2010-2011). Skripsi sarjana ilmu komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. Dalam temuan penelitian ini strategi manajemen *event* yang dilakukan Bank yaitu dengan secara langsung kepada nasabahnya, hal itu merupakan hal yang efektif untuk menarik nasabahnya. Dengan adanya *event* Pesta Rakyat Simpedes yang diselenggarakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu tujuan untuk mencari keuntungan dan menarik calon pelanggan yang otomatis akan terlibat dalam kegiatan menabung di BRI. Terbukti dengan adanya *event* Pesta Rakyat Simpedes presentase Bank BRI Klaten meningkat karena banyaknya calon nasabah yang ingin menabung di Bank tersebut. Bank BRI Klaten juga melakukan publikasi dan promosi melalui berbagai media di setiap kota yang akan mengadakan *event*.

Pelaksanaan *event* di bantu oleh *event organizer* (EO) sebagai organisasi yang menjalankan *event*, tetapi proses pengawasan tetap dari pihak Bank BRI Klaten sendiri. Strategi yang diterapkan humas, karyawan, *Event*

Pesta Rakyat simpedes merupakan sebuah kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diselenggarakan satu kali dalam 1 tahun dan melibatkan banyak nasabah didalamnya. *Event* ini merupakan salah satu bentuk terima kasih BRI kepada para nasabahnya yang telah menjadi nasabah tetap BRI. Dalam penelitian terdahulu terdapat persamaan tentang manajemen event yang menekankan lebih ke promosi dari suatu lembaga/organisasi, event yang merupakan sebuah program CSR. Ada juga terdapat perbedaan dalam temuan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, salah satu dari segi organisasi yang diteliti. Penelitian terdahulu diselenggarakan oleh sebuah EO, sedangkan penelitian yang sekarang dilakukan diselenggarakan oleh sebuah LSM, tujuan dari event yang dilaksanakan sangat berbeda, jenis event dari penelitian terdahulu pun berbeda dengan penelitian yang sekarang dan juga objek *event* yang akan diteliti sangat berbeda.

Penelitian selanjutnya dikutip dari sebuah skripsi ilmu komunikasi yang disusun oleh Afi Yunawati, 20050530064, Manajemen *Event* Konser Musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Café Purawisata Yogyakarta. Skripsi sarjana Ilmu Komunikasi. Fakultas Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhamadiyah Yogyakarta. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana kegiatan manajemen *event* konser musik "Tembang Abadi Koes Plus" di Calipso Cafe Purawisata Yogyakarta dan untuk mengetahui bagaimana tanggapan pengunjung sebagai target audiens mengenai manajemen *event* yang dilakukan Calipso Cafe.

Dalam penelitian ini dilakukan pula wawancara yang dilakukan di Calipso Cafe dengan *Marketing* Calipso Cafe, Program Manager Calipso Cafe dan pengunjung atau penonton gelaran *event* TAKP untuk mengetahui bagaimana tanggapan dari mereka terhadap *event* yang telah dilaksanakan tersebut. Sedangkan peninjauan atau pengamatan dilakukan dengan mengamati bagaimana jalannya pelaksanaan konser musik "Tembang Abadi

Koes Plus” dan bagaimana kegiatan *event* manajemen acara tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen *event* TAKP berjalan dengan baik tanpa ada hambatan dalam pelaksanaannya. Pelaksanaan *event* ini sudah berjalan sesuai dengan perencanaan sebelumnya.

Dalam *event* ini juga melakukan publikasi di berbagai media, dari media sosial, cetak dan juga leketronik, *event* ini juga banyak memiliki sponsor yang mendukung *event*. Bukan hanya itu *event* ini juga memiliki kapasitas listrik dan sound sistem yang berkulaitas dan bagus untuk mendukung kegiatan dari *event* tersebut. Dalam penelitian ini ada terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Salah satunya dari organisasi yang melaksanakan *event* ini dan penelitian ini hanya membahas tentang pengelolaan *event* serta kualitas yang ada dalam konser tersebut. Hal yang membedakan penelitian *event* yang dilakukan peneliti dengan *event* tersebut, terletak dari tujuan *event* untuk perkembanagn di masa yang akan datang. Kemudian, hal yang membedakan dengan penelitian terdahulu terletak dari objek serta pelaksana *event*, serta proses manajemen *event* yang dilakukan peneliti terdahulu dan peneliti sekarang.

Penelitian selanjutnya dikutip dari dari sebuah skripsi yang disusun oleh Johan Saputro, “Perencanaan *Event* Manajemen Festival Kesenian Yogyakarta sebagai Media komunikasi Identitas Yogyakarta”, jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penelitian ini, peneliti membahas tentang proses perencanaan manajemen *event* dari awal pelaksanaan kegiatan sampai hingga akhir kegiatan.

Pada penelitian ini pertama peneliti membahas tentang proses perencanaan untuk pengorganisasian tentang pembentukan kepanitian untuk mengkordinir serta bertanggung jawab atas *event* yang akan dilaksanakan, kemudian peneliti melakukan riset untuk meneliti data sekunder dalam *event* FKY, lalu peneliti mulai masuk ke tahap perumusan tema dan konsep *event*,



setelah tema dan konsep sudah ditentukan, kemudian pihak panitia mulai melakukan *planning* untuk menentukan strategi-strategi yang akan diterapkan, kemudian pihak panitia melakukan *coordinating* untuk menganalisis segala permasalahan jangka pendek yang akan terjadi serta melakukan gladi bersih sebelum *event* dilaksanakan, dan terakhir peneliti melakukan evaluasi yaitu melakukan tolak ukur atas *event* yang sudah dilaksanakan dari jumlah penonton, pengunjung dari pasar seni dan transaksi atas hasil dari *event* FKY.

Dalam penelitian ini sangat banyak memiliki kesamaan dari meneliti bagaimana manajemen event dalam sebuah *event* budaya, dan proses pelaksanaan manajemen event yang dilakukan. Namun yang membedakan dari penelitian ini yaitu objek penelitian, jenis *event* dan tujuan dari *event* yang dilaksanakan juga berbeda, organisasi sebagai pelaksana juga berbeda, dan event yang peneliti lakukan sekarang merupakan sebuah program CSR dari sebuah perusahaan swasta yang bertujuan untuk mengembangkan seni budaya local daerah.

## **E. KERANGKA KONSEP**

Penelitian ini memiliki beberapa konsep teori untuk menegaskan penelitian yang akan dilakukan. Adapun beberapa penjelasan dari penelitian ini untuk menegaskan atau memperkuat teori yang akan dihasilkan, diantaranya :

### **1. *Event***

*Event* merupakan suatu bentuk kegiatan yang dilaksanakan suatu individu atau sekelompok orang untuk hal-hal yang penting yang berkaitan dengan tradisi, adat, budaya, agama serta bentuk kegiatan yang dibuat perusahaan untuk kepentingan organisasi tertentu dengan tujuan tertentu dengan waktu yang sudah ditentukan sebelumnya.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Noor, Any. Alfabeta. *Manajemen Event*. Bandung. 2009.

Berdasarkan penyelenggaraan sebuah *event*, terdapat ukuran dan besarnya sebuah *event* yang dapat diketahui dalam jenis-jenis *event*, di antaranya :

- a. *Mega Events* yaitu *event* yang sangat besar, yang memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar dan negara.
- b. *Hallmark Events* yaitu *event* yang identik dengan karakter atau etos dari suatu wilayah, kota atau daerah disuatu tempat. *Event* ini juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, menarik pengunjung untuk hadir, serta mendatangkan wisatawan dalam jumlah besar.
- c. *Major Events* yaitu *event* yang secara ukuran mampu menghadirkan media, menarik pengunjung dalam jumlah besar, dan memberikan dampak perekonomian yang signifikan.
- d. *Culture Events* yaitu *event* budaya yang mampu menjadi magnet untuk menarik pengunjung dalam jumlah banyak. Jenis *event* ini dikategorikan sebagai *major events*.

Selanjutnya, dalam *event* sumber daya manusia harus juga diperhatikan untuk keberlangsungan operasional pada saat *event* berlangsung. Oleh karena itu, diperlukan yang pertama struktur organisasi *event* untuk memudahkan kelancaran operasional *event*, dan kebutuhan staff yang akan diperlukan dalam setiap penyelenggaraan *event* itu dilihat dari kualitas *event* yang diselenggarakan ketika *event* tersebut besar dan memfokuskan kepada banyak audiens otomatis staff yang diperlukan lebih banyak.

Salah satu kunci sukses dan lancarnya sebuah *event* terletak dari kontrol yang baik pada keuangan, dengan kontrol keuangan yang baik antara pemasukan dan pengeluaran pada saat *event* dilaksanakan, maka target yang ditetapkan akan lebih mudah dicapai.

Pada sebuah *event* sangat penting bagi perusahaan untuk menjadi pendukung/*sponsorship* dalam *event*, karena *event* merupakan hal penting bagi suatu perusahaan untuk melakukan teknik promosi yang berkala baik besar maupun kecil untuk tujuan komersil. Bukan hanya perusahaan saja yang bisa menjadi pendukung atau sponsor dalam *event*, pemerintah daerah dan banyak kalangan juga tertarik ingin berinvestasi dalam *event* yang bertajuk festival, budaya serta olahraga yang bisa menimbulkan dampak baik dan positif bagi masyarakat.

Dalam menentukan sponsor dalam *event*, pihak penyelenggara harus memilih sponsor yang kira-kira sesuai untuk menjadi pendukung dalam *event* yang akan diselenggarakan. Dengan memperhatikan *event* yang diselenggarakan memberikan keuntungan apa bagi perusahaan, target yang sesuai, *event* harus memiliki peraturan untuk *sponsorship*, perusahaan yang tidak sesuai menjadi sponsor, dan harus memiliki ahli khusus dalam menangani *sponsorship* serta melakukan kerjasama/kontrak dengan perusahaan *sponsorship*.

Promosi atau memasarkan *event* dilakukan pada target yang telah ditetapkan, yaitu audiens yang akan meramaikan dan menghadiri *event* yang akan diselenggarakan. Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran untuk merangsang konsumen melakukan aksi pembelian kepada suatu produk dalam sebuah perusahaan atau organisasi.<sup>5</sup>

Proses pemasaran *event* tidak hanya melalui media sosial dan cetak saja melainkan pemasaran juga harus mengetahui sebanyak mungkin tentang pangsa pasar, memilih pangsa pasar sesuai segmen yang ada, teknik untuk menarik pangsa pasar, serta menetapkan harga sesuai dengan segmen pasar. Hal ini dilakukan untuk target yang sudah ditetapkan sebelumnya dalam menunjang kesuksesan *event*.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Terence A Shimp. Erlangga. PERIKLANAN PROMOSI Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta. 2003. (Hal 6)

<sup>6</sup>Noor, Any. Alfabeta. *Manajmen Event*. Bandung. 2009.

Kegiatan promosi sangat penting kaitannya dengan proses penyampaian informasi kepada konsumen. Dalam penyampaian informasi ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu.<sup>7</sup>

**a. Program periklanan yang dijalankan.**

Kegiatan periklanan merupakan media yang paling utama bagi perusahaan untuk menunjang kegiatan pemasaran terhadap konsumen agar membeli produk perusahaan. Dalam periklanan sendiri telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, selain melalui media cetak dan elektronik, bahkan sekarang promosi melalui internet marak digunakan.

**b. Promosi dengan mengutamakan penjualan yang dilakukan secara pribadi (*Personal Selling*).**

Kegiatan promosi yang mana pemasar harus berhadapan langsung dengan konsumen. Kegiatan penjual personal yang dilakukan secara profesional akan sangat membantu dalam proses penjualan sehingga dapat menghasilkan hasil yang fantastis.

**c. Promosi yang dilakukan dengan mengedepankan aspek pertumbuhan intensitas nilai produk (*Additional Values Product*)**

Strategi yang dikenal sebagai promosi penjualan dengan mengedepankan intensitas barang dan jasa. Mulai dari meningkatkan kualitas produk serta meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar tercapainya kepuasan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan.

**d. Promosi dengan cara meningkatkan publisitas**

Promosi yang cenderung dilakukan untuk membentuk citra terhadap produk yang dipasarkan. Pembentukan citra yang positif ini

---

<sup>7</sup>Drs. Agus Hermawan. M.Si, M.Bus. Komunikasi Pemasaran. Jakarta. 2012. (Hal 39-40)

dilakukan dengan iklan atau promosi yang memiliki karakteristik lebih dibanding strategi pemasar lainnya.

Dalam pihak-pihak yang berperan penting dalam *event*, media adalah salah satu pihak yang sangat penting, karena media merupakan alat untuk organisasi penyelenggara *event* dalam menyampaikan informasi tentang *event* yang akan dilaksanakan kepada publik serta memperoleh informasi terkait perkembangan dan operasional dalam *event*.

Hubungan media dan pers merupakan sebagai alat penyampaian informasi atau pesan tertentu, pendukung, serta kerja sama untuk kepentingan publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk proses komunikasi humas dengan pihak publik agar terciptanya publisitas dan citra positif dari sebuah perusahaan /instansi.<sup>8</sup>

Oleh karena itu, penyelenggara *event* sangat perlu memperhatikan resiko yang akan timbul dalam *event*. Resiko tidak dapat dihilangkan melainkan bisa diminimalisir tingkat tekanannya hingga paling bawah. Ketika sebuah *event* itu tinggi maka akan lebih tinggi resikonya begitu juga sebaliknya. Pada setiap organisasi harus selalu mengidentifikasi resiko yang akan muncul dalam *event*, menetapkan bahaya dan yang terkena bahaya resiko yang akan muncul, mengontrol resiko, mendata dengan rinci resiko yang akan muncul dan sudah muncul, dan mengevaluasi operasional dalam *event* agar lebih mudah mengontrol resiko yang akan terjadi selanjutnya.

Setiap *event* yang diselenggarakan perlu adanya legalitas untuk kelancaran dan kesuksesan dari *event* yang akan dilaksanakan. Legalitas sebuah *event* dapat dilihat dari kejelasan sebuah organisasi yang akan menyelenggarakan *event*, status keanggotaan dan struktur organisasi harus

---

<sup>8</sup>Rosady Ruslan, SH, MM. PT Rajagrafindo Persada. Manajemen Public Relation dan Menida Komunikasi. Jakarta, Juli 2010. (Hal 167)

jelas, kontrak kerjasama dalam *event* harus jelas untuk sebagai bukti perjanjian atau tanggung jawab pelaksana *event* atas dukungan dari pihak luar, dan perijinan harus legal, artinya ijin pelaksanaan *event* harus memiliki persetujuan dari daerahnya dan pihak yang berwenang dalam keberlangsungan *event*.

Pada pengelolaan *event* saat ini sangat diperlukan pihak-pihak lain yang sangat berperan penting dalam sebuah *event* (*stakeholder*) serta integritas dari setiap *crew* penyelenggara juga harus diperhatikan agar *event* berjalan sesuai dengan tujuan. Pemangku kepentingan dalam sebuah *event* (*stakeholder*) diantaranya,

*Menurut Freeman (1983). Pemangku kepentingan (Stakeholder) merupakan setiap kelompok atau perorangan yang sanggup mempengaruhi rencana-rencana yang telah ditetapkan oleh keorganisasian ataupun dipengaruhi pula dengan perencanaan target keorganisasian.*<sup>9</sup>

Pendefinisian yang luas dari Freeman ada sedikit terdapat keterkaitan dengan hal yang di implemantasikan Clarkson. Menurut Clarkson, *Stakeholder* adalah individu-individu yang memiliki suatu kepentingan dengan kelompok. Kepentingan merupakan suatu hal yang sifatnya berharga terkait finansial, fisik, atau kemanusiaan yang tang mengikat *stakeholder* secara sukarela maupun terpaksa dengan organisasi. Seandainya di analogikan dengan implemantasi Freeman, maka pata pemangku keppentingan yang sukarela ataupun yang terpaksa, kesemuanya sangat diperlukan untuk kesinambungan serta keberhasilan langkah-langkah suatu organisasi. Para *stakeholder* yang sukarela bisa menyediakan sarana untuk kebutuhan organisasi, sedangkan *stakeholder* yang terpaksa ada kalanya bisa menyediakan sarana-sarana yang penting.

Dalam konteks pemangku kepentingan, adapun model yang terdapat dalam pemangku kepentingan (*stakeholder*) yaitu Model *Stakeholder*

---

<sup>9</sup>Prof.Dr. Aime Heene. Dr. Sebastian Desmidt. Prof. Dr. Faisal Arif., Spec. Lic. Drs. Ismeth Abdullah. Manajemen Strategik Pengorganisasian Publik. Bandung. Juni 2010. (Hal 155-158)

Wheeler dan Sillanpaa, yang berupaya memilah para stakeholder menjadi primer dan sekunder.

**a. Stakeholder Primer**

*Stakeholder* yang memiliki kepentingan langsung terhadap organisasi sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap eksistensi sebuah organisasi.

**b. Stakeholder Sekunder**

*Stakeholder* yang memberikan pengaruh sangat dominan terhadap organisasi terutama atas melekatnya reputasi dari atau kepada publik terkait kiprah organisasi, namun lebih mengarah kepada kepentingan publik daripada kepentingan yang lebih spesifik

Bukan hanya itu, sektor publik dan juga pemerintah menjadi salah satu pihak penting dalam pelaksanaan *event*. Dengan adanya sektor publik, sebuah *event* akan terbantu dari segi SDM dan juga kesuksesan *event* atas audiens yang akan hadir dalam *event* yang dilaksanakan, serta keterkaitan pemerintah akan menjadi pihak pendukung serta bantuan tanggung jawab atas keberlangsungan sebuah *event*.

**2. Manajemen Event**

Manajemen merupakan salah satu aktivitas pengarahan, pengelolaan, pengawasan, penangan sumber daya manusia ataupun sumber daya yang lain beserta tugas dan fungsi yang ada dalam perusahaan/organisasi untuk mencapai sebuah tujuan atau target yang sudah ditetapkan.<sup>10</sup>

Manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan/pengendalian, dilakukan untuk menentukan dan mencapai

---

<sup>10</sup>Saiful Nur Arif dan Iskandar Zulkarmain. "Dasar-Dasar Manajemen dan Teknologi Informasi". Jurnal Saintikom Vol. 5, No.2 Agustus 2006. (Hal 236)

tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.<sup>11</sup>

Menurut John M. Pfifner (1960). Manajemen merupakan proses manajemen berhubungan dengan pengarahan orang dan tugas-tugasnya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.<sup>12</sup> Menurut Drs. Oey Liang Lee. Manajemen merupakan seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>13</sup>

Dalam proses manajemen banyak yang harus diperhatikan, salah satunya yaitu fungsi manajemen itu sendiri, diantaranya :<sup>14</sup>

a. Perencanaan yaitu penentuan atau perumusan rangkaian suatu kegiatan atau tindakan untuk mencapai satu tujuan tertentu. Goldblatt membagi perencanaan pelaksanaan *event* ke beberapa tahapan agar perencanaan *event* lebih efektif dan efisien. Tahapan-tahapan tersebut antara lain:<sup>15</sup>

a) *Research*

Riset dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam, sebuah penyelenggaraan akan menyesuaikan akan perkembangan trend dan juga bisa membantu menyelesaikan masalah yang kecil yang kemudian akan memicu masalah besar.

b) *Design*

---

<sup>11</sup>Saiful Nur Arif dan Iskandar Zulkarmain. "Dasar-Dasar Manajemen dan Teknologi Informasi".Jurnal Saintikom Vol. 5, No.2 Agustus 2006. (Hal 236)

<sup>12</sup>Iqbal Alan Abdullah. Gadjah Mada University Press. Manajemen Konferensi dan Event. Yogyakarta, November 2009

<sup>13</sup>Saiful Nur Arif dan Iskandar Zulkarmain. "Dasar-Dasar Manajemen dan Teknologi Informasi".Jurnal Saintikom Vol. 5, No.2 Agustus 2006. (Hal 237)

<sup>14</sup>Budiyono, Haris, Amirullah. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. 2004.

<sup>15</sup>Goldblatt, Joe. 2002. *Special Events*. Third edition. New York. John Wiley and Sons



Hal ini kelanjutan dari proses riset, dalam proses ini dimulai dari penentuan tema dan konsep akan *event* yang akan diselenggarakan, serta strategi komunikasi yang akan digunakan.

c) *Planning*

Tahapan ini kelanjutan dari proses design, tahap ini sudah masuk ke proses pelaksanaan *event* dengan merencanakan serta membuat apa saja yang akan dibutuhkan pada saat penyelenggaraan *event*,

d) *Coordination*

Fase ini lebih menjelaskan tentang koordinasi ketua pelaksana dengan dengan pihak –pihak lain agar mencapai satu tujuan yang sama serta proses komunikasi antara pihak penyelenggara dengan *stakeholder*,

e) *Evaluation*

Evaluasi dilakukan secara menyeluruh dengan melakukan survey serta memonitoring selama kegiatan *event* berlangsung

b. Pengorganisasian yaitu proses pemberian perintah, pengalokasian sumber daya serta pengaturan kegiatan kepada individu atau kelompok untuk mencapaikan sebuah perencanaan yang sudah ditentukan

c. Pengarahan yaitu proses membimbing dalam melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan yang efektif, efisien, serta menciptakan komitmen, mendorong usaha-usaha agar tercapainya tujuan.

d. Pengendalian yaitu memantau proses kegiatan apakah sesuai dengan rencana sebelumnya.

Pada sebuah organisasi/perusahaan sangat diperlukan manajemen untuk mengatur sebuah perencanaan/planning yang akan dilaksanakan, serta mengorganisir sumber daya manusia dan tugas-tugasnya, dan mengontrol segala tugas dan kegiatan yang telah dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan sebuah perusahaan/organisasi. Hal ini merupakan kegiatan manajemen sangat diperlukan dalam sebuah kegiatan atau program.

Dalam pengelolaan *event* diperlukan adanya strategi yang diawali dengan menyusun tahapan-tahap yang akan direncanakan untuk menentukan *event*/kegiatan yang akan dilaksanakan dengan persiapan mental, fisik serta skill yang memadai untuk sebuah lembaga/instansi yang akan menyelenggarakan *event*. Setelah tahap perencanaan sudah mulai tersusun, kemudian masuk ke proses penyelenggaraan untuk menentukan tujuan yang diterima dengan sesuai oleh setiap anggota/tim penyelenggara agar tujuan yang dicapai menjadi satu arah, visi dan misi.<sup>16</sup>

Oleh karena itu, berdasarkan deskripsi tentang manajemen dan *event* diatas dapat dijabarkan bahwa proses manajemen *event* adalah salah satu bentuk pengelolaan, pengarahan, serta pengorganisir segala bentuk kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu individu atau sekelompok orang untuk hal-hal yang penting atau kepentingan suatu organisasi atau perusahaan dengan tujuan tertentu dan waktu yang sudah ditentukan.

### **3. *Event* Dalam Rangka Pelestarian Budaya Daerah**

Kebudayaan adalah salah satu ciri khas atau kebiasaan yang ada dalam masyarakat yang diartikan sebagai salah satu identitas suatu daerah. Dalam melestarikan budaya daerah khususnya di Indonesia banyak kegiatan/*event* dilaksanakan di berbagai daerah sebagai bentuk pertunjukan/pentas untuk lebih memperkenalkan budaya kepada generasi

---

<sup>16</sup>Noor, Any. Alfabeta. *Manajmen Event*. Bandung, 2009.

muda. Menurut Getz, melalui penyelenggaraan *event*, sebuah daerah dapat mengkomunikasikan ciri khas/budaya dan keunikan yang dimiliki daerah tersebut yang kemudian memberikan pengaruh terhadap perkembangan seni budaya yang ada dalam suatu daerah<sup>17</sup>

Dalam hal ini Getz juga menjelaskan: *Event* sebagai bentuk atraksi (attractions), jadi sebuah *event* merupakan atraksi daya tarik bagi sebuah destinasi, atraksi artinya sesuatu yang menarik untuk dilihat atau ditonton. *Event* sebagai pendorong atraksi wisata, melalui *event* dapat ditunjukkan atraksi yang merupakan kreativitas pelaku *event*.

Bentuk *event* sangatlah beragam, diantaranya karnaval yang diartikan sebagai pawai dalam bentuk pesta perayaan dengan mengutamakan hal/corak yang menarik dari perayaan tersebut. Kemudian, festival yang bertujuan untuk memberikan hiburan kepada publik dengan menyuguhkan hiburan, baik dalam bentuk kesenian, budaya, maupun permainan.

Di zaman sekarang banyak masyarakat awam yang tidak paham jika dijelaskan tentang wacana-wacana tentang pelestarian budaya. Oleh sebab itu, mereka memerlukan hal yang bersifat nyata dan memberikan mereka manfaat terutama secara material. Di saat itu mereka bisa turut ikut serta dalam melestarikan budaya lokal daerah.<sup>18</sup>

*Hasibuan mengatakan kesanggupan suatu satuan budaya untuk mempertahankan kesjahtraan dalam pertemuan antar budaya yang demikian majemuknya itu sangat ditentukan tinggi rendahnya kesadaran budaya dan tangguh atau rapuhnya tingkat kesadaran budaya masyarakat pendukungnya. Budaya asing yang berpengaruh dominan terhadap satuan budayaa asli bisa membangkitkan kesan sebagai model untuk ditiru.*<sup>19</sup>

Perkembangan pola hidup akan terpantul ketika pola hidup baru lebih unggul dari pola hidup lama. Perubahan pola hidup tersebut ditumbuhkan

---

<sup>17</sup>Getz, Donald. 2008. "Event tourism: Definition, evolution, and research", *Tourism Management*. Vol 29. Hal 403

<sup>18</sup>Ni, Putu, Eka, Julianti. "Representasi Budaya Lokal Dalam Kegiatan Denpasar festival Di Kota Denpasar". *Jurnal Kajian Budaya Universitas Udayana*. Vol 1, No 1, Desember 2002. Hal 36,37.

<sup>19</sup>Hasibuan, Muhammad Umar Syadat. *Revolusi Politik Kaum Muda*. Jakarta. Yayasan Obor. 2008

oleh budaya luar yang kemudian akan mempengaruhi budaya lokal sendiri. Hal tersebut kemudian menjadi tolak ukur agar keaslian budaya lokal tetap terjaga dan terus dipertahankan. Dalam hal pelestarian budaya, ada beberapa faktor-faktor penting dalam pelestarian kebudayaan:<sup>20</sup>

#### 1. Wujud Kebudayaan

- a. Memelihara budaya silaturahmi, menjaga suasana yang kondusif, memberdayakan penyelesaian konflik dengan cara musyawarah, menciptakan kenyamanan pergaulan antar masyarakat, dan meningkatkan rasa percaya diri antar masyarakat.
- b. Spiritualisme, mendorong masyarakat dalam mengimbangi kegiatan agama dan pendidikan dalam era globalisasi ini.
- c. Pentingnya peran masyarakat dan pemerintah dalam membantu masyarakat atas penghargaan terhadap karya seni yang telah dihasilkan.
- d. Perlunya pembelajaran atas budaya daerah sejak dini melalui pendidikan secara formal dan informal.
- e. Memberikan suguhan yang dapat mengimbangi teknologi zaman sekarang, seperti dengan menyuguhkan permainan khas daerah.
- f. Merevitalisasi adat istiadat terkait kebudayaan daerah.

#### 2. Fisik Kebudayaan

- a. Menyampaikan nilai-nilai yang mengandung kesenian kepada masyarakat.
- b. Menampilkan suasana yang kreatif dalam menunjukkan olah seni, karena budaya lokal saling berkesinambungan dengan budaya asing.
- c. Perlu adanya modifikasi dalam sebuah pertunjukkan atau penyelenggaraan yang sekaligus memberikan sebuah pembelajaran.
- d. Mempertahankan busana lokal khas daerah.

---

<sup>20</sup>Susilo, Sri, Y. Soeroso, Amiluhur. "Strategi Pelestarian Kebudayaan Lokal Menghadapi Globalisasi Pariwisata, Kasus Kota Yogyakarta. Jurnal Penelitian Bapeda Yogyakarta. Hal 5-7.

- e. Menjaga budaya kedisiplinan, ketertiban, dan keteraturan.

## F. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang dijelaskan secara rinci bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan dari awal sampai akhir penelitian. Adapun beberapa tahapan-tahapan yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian, diantaranya :

### 1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini tentang strategi manajemen *event* dari sebuah Perkumpulan (Pusaka) yang dimana telah melaksanakan sebuah *event* yang bertajuk tentang budaya daerah lokal setempat, dengan melakukan pendekatan kualitatif dari *event* yang telah dilaksanakan.

Pendekatan atau metode kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>21</sup>

Oleh karena itu, penelitian terkait *event* yang telah dilaksanakan Putra/Putri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) ini adalah sebagai bentuk pengamatan atau peninjauan yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui lebih lanjut tentang perkembangan selama keberlangsungan *event* tersebut yang sudah dilaksanakan selama 5 tahun serta harapan atas tujuan yang telah ditetapkan.

### 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu selama 6 bulan untuk menyelesaikan penelitian. Lokasi penelitian ini bertempat di Kota Tanjung

---

<sup>21</sup>Prof. Dr. Lexy J.Moleong, M.A, PT Remaja Rosdakarya, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung, Juli 2007.

Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan, dengan objek penelitian sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yaitu Putra/Putri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) Tanjung.

### 3. Pengumpulan Data

#### a. Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif adalah melakukan pengamatan atas *event* ketika melakukan penelitian terhadap lokasi dan narasumber yang akan diteliti. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan dari mulai persiapan sampai pelaksanaan *event*, kepada Putra/Putri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) Tanjung yang telah melaksanakan *event* Tabalong Etnik Festival (Budaya Lokal banjar dan Dayak) serta narasumber yang terkaiti. Hal ini dilakukan guna agar informasi dan juga data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan penelitian ini.

#### b. Wawancara Semi Terstruktur

Wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan disajikan. Peneliti menggunakan bentuk wawancara ini bertujuan mencari jawaban dari hipotesis kerja yang telah dilkaukan dengan pertanyaan-pertanyaan disusun rapi dan ketat agar hasil informasi yang didapatkan akurat dan sesuai atas penelitian dilakukan.<sup>22</sup> Adapun beberapa narasumber yang akan dilakukan *interview* untuk memperoleh data dalam penelitian, diantaranya :

- a) Firman Yusi (Direktur Eksekutif Perkumpulan Pusaka/Ketua *Event* TEF V)
- b) Hadrianur Al Kahfi (Koordinator Proposal TEF V)
- c) Khairul Fuad (Koordinator Panggung)
- d) Nani (Penonton)
- e) Desy (Penonton)

---

<sup>22</sup>Prof. Dr. Lexy J.Moleong,M.A, PT Remaja Rosdakarya, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung, Juli 2007.

- f) Mahyuni (Ketua Sanggar Tari Regatn Tatau)
- g) Rizwan Wahyudi (Anggota Sanggar Pusaka Tabalong)

#### 4. Analisis Data

##### a. Reduksi Data data

Reduksi data adalah sebuah proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstrakkan, dan tranfarmasi data kasaran yang muncul di catatan-catatan dilpangan.

##### b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang terkumpul/tersusun yang akan bisa dilakukan untuk penarikan sebuah kesimpulan data atau pengambilan sebuah tindakan. Informasi tersebut berupa teks, gambar, ataupun table-table yang menjelaskan tentan fenomena-fenomena yang ada dalam penelitian yang bisa dijadikan sebagai refrensi dan argumn yang akan mudah untuk dipadukan dengan penelitian.

##### c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan mengambil garis besar atau inti dari data-data yang telah dipaparkan. Peneliti akan menarik sebuah kesimpulan dengan perimbangan-pertimbangan yang matang ataupun akurat agar hasil dari kesimpulan itu yang awalnya lemah/rapuh dan sekarang bisa menjadi kokoh atau kuat sera bisa dipertanggung jawabkan.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>Mardhani, Erny. "Analisis Manajemen Event LSM BORDA dan WALHI DIY dalam Mengkampanyekan Program Lingkungan Hidup. ( Studi Komperatif pada Evaluasi Program tahun 2010)". Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi. Fakulstas Psikologi Ilmu Sosisal dan Budaya. Universitas Islam Indonesia.