

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Provinsi Banten merupakan pecahan dari Provinsi Jawa Barat yang mana setelah melakukan pemekaran derah Provinsi Banten menjadi Provinsi yang berdiri sendiri dan melepaskan diri provinsi jawa barat.

Provinsi Banten awalnya merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat akan tetapi, setelah beberapa kali mengajukan surat kepada anggota DPR dan Pemerintah sejak tahun 1953 untuk meningkatkan status wilayah Banten menjadi sebuah Provinsi, maka pada tanggal 4 October 2000 Provinsi Banten pun terbentuk melalui Undang-Undang No 23 tahun 2000 mengenai pembentukan Provinsi Banten¹.

Kemudian pada tahun 2007 tepatnya pada tanggal 2 November Kota Serang terbentuk terdiri dari 6 Kecamatan didalamnya mulai dari Kecamatan Serang, Kecamatan Taktakan, Kecamatan Kasemen, Kecamatan Walantaka, Kecamatan Curug dan Kecamatan Cipocokjaya. Dengan terbentuknya Kota Serang maka seluruh kegiatan promosi wisata yang berada di Kota Serang sudah tidak di pegang oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Serang . pembentukan Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang hadir untuk menggantikan Dinas Pariwisata Kabupaten Serang dalam melakukan kegiatan promosi wisata yang berada di Kota Serang.

Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang (Disporapar) merupakan dinas pemerintah Kota Serang yang bergerak dibidang pengembangan olah raga serta pariwisata yang berada di Kota Serang. Berbagai cara dilakukan oleh Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang untuk meningkatnya pariwisata Kota Serang dan olah raga di Kota Serang salah satunya ialah dengan menggunakan strategi menejemen *event* dan mengadakan lomba dalam bidang olah raga.

Begitu banyak *event* yang dibuat oleh Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik domestik ataupun mancanegara diantaranya adalah *event* Kang Nong Kota Serang, Serang Kuliner Festival dan Festival Masyarakat Pesisir.

¹ <http://datakesra.kemenkopmk.go.id/dataprov/banten/terbentuknya-provinsi-banten> (akses pada tanggal 10/06/2015, Jam 16:00.)

Event Festival Masyarakat pesisir (FMP) yang mana acara ini menjadi acara tahunan Pemda Kota Serang khususnya Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang untuk menarik perhatian wisatawan-wisatawan domestik ataupun mancanegara untuk berkunjung ke Kota Serang terutama dalam sektor wisata bahari di daerah pesisir Kota Serang.

Festival Masyarakat Pesisir yang selalu dilaksanakan pada bulan September ini awalnya mempunyai nama Festival Teluk Banten. *event* Festival Masyarakat Pesisir ini merupakan sebuah Festival yang dilaksanakan untuk mencurahkan bentuk rasa syukur masyarakat pesisir Kota Serang atas hasil laut yang diberikan oleh Tuhan. Pada awalnya *event* Festival Masyarakat pesisir dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Serang, akan tetapi mulai tahun 2007 Festival ini diambil oleh Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang tepatnya setelah Kota Serang terbentuk. *Event* Festival Masyarakat Pesisir sudah mengalami perubahan konsep acara didalamnya hal ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya unsur mistis didalamnya yang mana melihat budaya masyarakat Indonesia masih percaya dengan hal yang berbau mistis, dalam pelaksanaan *event* Festival Masyarakat Pesisir disana dapat dijumpai pemenang dari *event* Kang Nong Kota Serang yang ikut membantu pelaksanaan *event* Festival Masyarakat pesisir *event* Kang Nong Kota Serang sendiri dilaksanakan guna mendukung kegiatan promosi pariwisata Kota Serang. acara Kang Nong Kota Serang dibuat untuk memilih generasi muda Kota Serang untuk menjadi duta Pemuda serta Pariwisata Kota Serang yang nantinya mereka yang terpilih akan menjadi pemuda yang akan membantu mempromosikan pariwisata Kota Serang.

Menurut Drs. H. Taufik Nuriman, MM, MBA selaku Bupati Serang serta wakilnya HJ. Ratu Tatu Chasanah, berbagai program yang dilaksanakan diupayakan dapat menambah kesejahteraan masyarakat Serang dan menjadikan Kabupaten Serang berkembang serta maju dalam berbagai bidang. *Event* Festival Bahari ini diharapkan dapat menarik para wisatawan. serta meningkatkan tingkat kunjungan objek-objek wisata Kabupaten Serang, dan daerah wisata Kabupaten Serang menjadi salah destinasi wisata di Indonesia.²

Dari sekian banyak *event* dan acara yang dilaksanakan atau dibuat oleh Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang hanya *event* Festival Masyarakat Pesisir yang ikut melakukan promosi pariwisata dan kampanye di sektor Bahari di Kota Serang khususnya dan umumnya wisata bahari di Indonesia seperti yang dikutip dari perkataan Menteri Pariwisata Indonesia.

² <http://serangkab.go.id/web/index.php/post/read/377> (akses pada tanggal 10/06/2015. pada jam 18.00)

Arif Yahya bahwa wisata bahari merupakan salah satu program unggulan dan prioritas dalam pembangunan kepariwisataan nasional, dengan arah pengembangan yang terdiri dari pengenalan destinasi selam (*diving*), selancar (*surfing*) serta *cruise*.³

Dalam proses manajemen *event* kegiatan Festival Masyarakat Pesisir Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang menggunakan pihak Himpunan Neyalan Seluruh Indonesia (HNSI) di Karangantu sebagai pelaksana. Selain pihak HNSI Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang turut mengikutsertakan *EO* dalam Pelaksanaan *event* FMP. pihak *EO* sendiri dalam pelaksanaan *event* Festival Masyarakat Pesisir hanya sebagai pihak ketiga.

Kesuksesan dari *event* Festival Masyarakat Pesisir sendiri tidak lepas dari proses manajemen *event* acara itu sendiri. oleh karena itu jika manajemen yang dilaksanakan dalam *event* Festival Masyarakat Pesisir tidak baik maka *event* tersebut tidak akan berjalan dengan baik. sebaliknya jika manajemen *event* yang diterapkan dalam acara Festival Masyarakat Pesisir baik maka acara itu akan berjalan dengan baik.

Dari ketiga *event* yang ceritakan oleh peneliti hanya *event* Festival Masyarakat pesisir yang menarik untuk diteliti oleh peneliti karena *event* Festival Masyarakat Pesisir merupakan *event* tahunan yang dilaksanakan oleh Dinas Disporapar. *Event* Festival Masyarakat Pesisir sendiri baru empat kali dilaksanakan serta *event* Festival Masyarakat Pesisir sendiri tidak dikelola langsung oleh Dinas Disporapar melainkan menggunakan Pihak HNSI dan keterlibatan *EO* atau yang biasa kita kenal dengan sebutan *Event Organizer* sendiri hanya sebagai pihak ketiga yang bertugas sebagai penghubung, hal inilah yang membuat peneliti ingin meneliti *event* Festival Masyarakat Pesisir dengan harapan hasil dari penelitian dapat menjadi bahan evaluasi untuk Festival Masyarakat Pesisir untuk tahun depan dan *event-event* yang lain.

B. Rumusan Masalah:

Event Festival Bahari merupakan acara tahunan yang diadakan oleh Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang. Acara ini merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang untuk mengenalkan wisata yang terdapat di Kota Serang⁴. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

³ <http://bantendaily.com/2015/01/festival-bahari-promosi-dan-pengembangan-wisata-bahari-kabupaten-serang/> (akses pada tanggal 10/06/2015. Pada jam 18.45)

⁴ <http://www.radarbanten.co.id/walikota-serang-festival-masyarakat-pesisir-masih-terkendala-anggaran/> (akses tanggal 29/09/2016 pada jam 13.25)

1. Bagaimanakah Menejemen *Event* Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Serang Pada Festival Masyarakat Pesisir Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan?
2. Apa sajakah peluang dan hambatan yang dihadapi oleh Dinas Disporapar Kota Serang dalam mengadakan *event* Festival Masyarakat Pesisir?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang ingin dijawab. maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan bagaimana strategi manajemen *event* yang digunakan Dinas Pemuda Olah raga dan Pariwisata dalam proses pelaksanaan *event* Festival Masyarakat pesisir.
2. Untuk menjelaskan apah saja yang menjadi peluang dan hambatan yang dihadapi Dinas Disporapar Kota Serang dalam mengadakan Festival Masyarakat Pesisir sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan wisatawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperkaya kajian sistem pemasaran terpatu khususnya dalam manajemen *event*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para praktisi pemerintah terutama pada pariwisata, maupun *Event* Organizer.
 - b. Hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi bahan masukan serta evaluasi bagi instansi terkait yaitu Dinas Disporapar.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang manajemen *event* antara lain adalah :

Penelitian yang dilakukan oleh Riadita Restu Utami, Mahasiswi Universitas Islam Indonesia jurusan Ilmu komunikasi lulusan tahun 2012. Yang membahas tentang Analisis Manajemen *Event* Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Klaten, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kegiatan *event* PRS ini sebagai salah satu strategi *marketing public relations* melalui taktik *pass strategi*. Serta untuk melakukan publisitas untuk produk Simpedes yang dapat menciptakan *awareness* terhadap masyarakat. Kemudian *event* ini sebagai komunikasi pemasaran selain melalui *personal selling*. Dan temuan dalam penelitian ini bahwa kegiatan promosi dalam mendukung *event* PRS dikemas secara menarik dan disesuaikan dengan karakteristik lokasi penyelenggaraan.

Garis besar dari hasil penelitian ini adalah Bank BRI cabang Klaten menggunakan *event* sebagai strategi yang digunakan untuk memasarkan produk Simpedes. PR Bank BRI cabang Klaten juga menggunakan *event* PRS untuk menciptakan citra baik masyarakat terhadap Bank BRI cabang Klaten. Riadita juga menjelaskan *event* PRS sendiri dikemas dengan cukup menarik dan disesuaikan karakteristiknya dengan lokasi diselenggarakannya *event* PRS sendiri. Relasi antara penelitian yang dilakukan oleh Rianita dengan penelitian yang hendak peneliti teliti ialah, kedua penelitian ini sama-sama meneliti bagaimana manajemen strategi *event* yang dilaksanakan. Sedangkan letak perbedaannya ialah Rianita melakukan penelitian tentang analisis manajemen *event* yang dilakukan Bank BRI melalui *event* PRS sebagai salah satu strategi mempromosikan produk serta sebagai *personal selling*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah strategi manajemen *event* yang dilakukan Dinas Disparpora untuk meningkatkan wisatawan yang berkenjung serta mempromosikan pantai yang terdapat Kabupaten Serang serta keterlibatan *EO* yang hanya menjadi pihak ketiga sebagai penghubung antara HNSI dan Dinas Disporapar Kota Serang serta payung hukum yang manaungi kegiatan FMP.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Johan Saputro. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Penelitiannya membahas tentang “ Perencanaan *Event*

Management Festival Kesenian Yogyakarta Sebagai Media Komunikasi Identitas Yogyakarta. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pandangan negatif tentang peristiwa yang terjadi dalam pengelolaan acara Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) berencana. Yogyakarta Art Festival (FKY) adalah seni dan acara budaya rutin diselenggarakan setiap tahun di Yogyakarta dan memiliki maksud dan tujuan sebagai media komunikasi identitas dan citra Yogyakarta. Penelitian ini membahas pelaksanaan perencanaan manajemen acara Yogyakarta Festival Seni (FKY). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan pelaksanaan perencanaan manajemen acara Yogyakarta Festival Seni (FKY) sebagai Media Komunikasi Identitas Yogyakarta. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif. Perencanaan organisasi acara pengelolaan Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) dibahas dengan model perencanaan manajemen acara Goldbatt. Studi ini menemukan bahwa pelaksanaan perencanaan manajemen acara Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) melalui tahap perencanaan mulai dari penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Tapi, ada kelemahan dalam pelaksanaan perencanaan manajemen acara Yogyakarta Festival Seni (FKY) tidak adanya platform perencanaan strategis dan juga berencana masa persiapan sangat singkat.

Garis besar dari penelitian yang dilakukan Johan adalah penelitian ini dilatarbelakangi oleh pandangan negatif terhadap Festival kesenian Yogyakarta (FKY) penelitian yang Johan teliti membahas bagaimana pelaksanaan dan perencanaan Festival Kesenian Yogyakarta serta bagaimana FKY sendiri menjadi identitas Kota Yogyakarta. Relasi penelitian yang dilakukan Johan dan penelitian yang hendak peneliti teliti ialah sama-sama mengangkat bagaimana strategi yang digunakan dalam pelaksanaan *event*. Perbedaan penelitian yang peneliti teliti terletak pada sektor wisatawan, yang menjadi sasaran penelitian yang dilakukan Johan berada pada wisata kesenian sedangkan sasaran wisatawan yang menjadi sasaran pada wisata pantai. Serta dasar dari penelitian yang Johan lakukan karena ada penilaian negatif terhadap Festival Kesenian Yogyakarta. Selain itu dasar dari penelitian yang akan peneliti teliti ingin menganalisis bagaimana manajemen *event* yang dilakukan Dinas Disporapar yang melibatkan EO serta HNSI sebagai penanggung jawab pelaksanaan kegiatan FMP

F. Kerangka Pemikiran.

a. Manajemen *Event*

Manajemen *event* adalah sendiri merupakan suatu proses dalam menjalankan suatu *event* mulai dari tahapan perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, motivasi sampai dengan tahapan evaluasi dalam *event* yang dibuat. Selain itu Bhe Tony, dalam bukunya *Event Management And Best Practices* menjelaskan:

Menejemen *event* merupakan salah satu cara bagaimana sebuah organisasi mengelola *event*. Menejemen *event* termasuk kedalam tujuan organisasi untuk mengatur *event* , memposisikan peran dan tanggungjawab, kepemilikan alat-alat dan tata cara, faktor keberhasilan, kelayakan dan prosuder penanganan *event*⁵.

Didalam manajemen *event* kita akan menjumpai dengan beberapa tahapan yang akan dilakukan terkait dengan penyelenggaraan manajemen *event* itu sendiri. beberapa tahapan yang akan kita jumpai dalam menjalankan manajemen *event* adalah riset dan perencanaan. Riset tanpa sebuah tahapan yang baik akan menghasilkan data yang kurang baik⁶ dan hal berpengaruh para sebuah perencanaan yang akan dilakukan. dengan demikian perencanaan yang baik dalam sebuah manajemen *event* harus dilakukan dengan riset yang baik. Selain dua tahapan tersebut masih terdapat beberapa tahapan dalam melakukan manajemen *event*, beberapa tahapan tersebut diantaranya:

1. *Planning* (perencanaan) yaitu perencanaan awal dari yang sangat sederhana sampai perumusan yang lebih rumit atau penyusunan suatu rangkaian acara kegiatan yang di susun dengan terstruktur atau tindakan untuk mencapai suatu tujuan/hasil yang diinginkan dengan melakukan perencanaan. Louis A. Allen menjelaskan bahwa *Planning* mempunyai beberapa fungsi sebagai berikut:
 - a) *Forecasting* yaitu memperkirakan pekerjaan-pekerjaan yang akan dilakukan oleh manager.
 - b) *Establising objectives* yaitu menentukan tujuan akhir yang akan dicapai dari apa yang telah direncanakan keseluruhannya baik tujuan tiap pekerjaan maupun tujuan luasnya.

⁵ Bhe Tony, *Event Management And Best Practices*, IBM, Juni 2004

⁶ Goldbatt, *Special Event*, Willey Ebook, 2002

- c) *Programming* yaitu dibuat suatu program yang terdiri dari serangkaian tindakan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan tertentu berdasarkan pada prioritas pelaksanaan.
 - d) *Scedulling* yaitu membuat jadwal pekerjaan sehingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
 - e) *Budgeting* yaitu penyusunan anggaran untuk mengaplikasikan sumber-sumber yang ada atas dasar efisiensi dan efektifitas, anggaran belanja ini dinyatakan dalam bentuk uang.
 - f) *Developing prosedur* yaitu menentukan cara yang tepat dalam penyelenggaraan pekerjaan didalam rangka adanya efisiensi, efektivitas dan keseragaman pekerjaan.
 - g) *Establishing dan interpreting policy* yaitu manajer harus dapat menafsirkan kebijakan yang akan diambil agar terjamin dalam keselarasan dan keseragaman kegiatan serta tindakan yang akan dilakukan⁷.
2. *Organizing* (organisasi) yaitu pengelompokan dalam kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan dengan menerapkan susunan organisasi serta tugas yang diberikan, dan fungsi-fungsi dari setiap unit yang ada dalam organisasi tersebut. Selain itu organisasi juga dapat didefinisikan sebagai berikut:
- a. Organisasi dalam arti badan yaitu kelompok yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.
 - b. Organisasi bagan yaitu gambaran skematis tentang hubungan kerjasama dari orang-orang yang terlibat dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama.
- Unsur-unsur dasar yang membentuk organisasi yaitu:
- a) Adanya tujuan bersama.
 - b) Adanya kerjasama antara dua orang atau lebih.
 - c) Adanya pembagian tugas.
 - d) Adanya kehendak untuk bekerja sama.⁸

⁷ Mukhyil Abdan Muhammad, *Pengantar Manajemen Umum (Untuk STIE)*, Jakarta: Gunadarma, 1995, hal 50

⁸ *Ibid* Hal 83

3. *Staffing* atau *Assembling Resources* (penyusuna personalia) merupakan salah satu fungsi manajemen yaitu penyusunan personalia dari awal proses penarikan tenaga kerja baru/merekrut, memberikan pelatihan, dan pengembangan sampai tenaga kerja baru dapat memberikan kemampuan maksimal bagi organisasi dengan adanya pelatihan tersebut.
4. *Directing* atau *Commanding* (pengarah atau pengomando) yaitu usaha untuk memberikan bimbingan atau saran dalam pelaksanaan tugas dan perintah/instruksi kepada bawahan dalam melaksanakan tugas masing-masing, agar tugas yang dilaksanakan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dari awal.
5. *Coordinating* (koordinasi) yaitu salah satu fungsi untuk menyelaraskan pekerjaan bawahan sehingga dapat bekerja sama dalam usaha mencapai tujuan organisasi atau tahap konfirmasi tugas agar tidak terjadi kekosongan kegiatan, kekacauan ataupun percekocokan serta saling tidak bertanggung jawab.
6. *Motivating* (motivasi) yaitu memberikan semangat agar tidak putus asa, pemberian inspirasi kepada anggota dan juga dorongan agar tetap melakukan kegiatan yang ditetapkan oleh atasannya dan mudah dilakukan menjadi lebih efisien dan efektif.
7. *Controlling* (pengawasan) yaitu proses penerapan atau pengawasan dengan mengontrol jalannya acara agar sesuatu yang dikerjakan sesuai tujuan dan target yang telah ditetapkan, dalam melaksanakan kegiatan *Controlling* atasan harus melakukan pemeriksaan, mengadakan koreksi dan mengusahakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan sesuai rencana. Dalam proses pengawasan disana akan kita jumpai ketergantungan antar divisi. D. Tomson dalam Muhammad Abdul Mukhyil membagi ketergantungan menjadi 3 yaitu:

- a. Ketergantungan yang menyatu (*Pooled Interdependence*): dimana tiap kegiatan departemen dan fungsional tergantung pada pelaksanaan kerja setiap satuan.
 - b. Ketergantungan yang berurutan (*sequential interdependence*): dimana pekerjaan dari tiap departement atau fungsional tergantung dari penyelesaian pekerjaan departemen yang lain sebelum satuan lain dapat berkerja.
 - c. Ketergantungan timbal balik (*reciprocal interdependence*): merupakan hubungan memberi dan menerima antar suatu organisasi.⁹
8. *Reporting* (pelaporan) yaitu penyampaian perkembangan atau pun konfirmasi hasil akhir kegiatan terhadap yang bertanggung jawab dalam *event* ini, baik secara tertulis maupun lisan sehingga dalam pelaporan dapat memperoleh gambaran kinerja bagaimana pelaksanaan tugas yang diberikan kepada bawahannya¹⁰.
9. Selain proses *reporting* dalam proses manajemen juga dapat kita jumpai tahapan evaluasi, evaluasi sendiri memiliki pengertian sebagai proses yang dilakukan setelah proses manajemen dilaksanakan dalam hal ini evaluasi dilakukan untuk mengukur apakah suatu program yang sudah direncanakan sudah dilaksanakan dengan sangat baik atau sebaliknya. Dina Yanua menjelaskan beberapa fungsi dalam evaluasi diantaranya:
- a. Memberi informasi yang valid mengenai kinerja kebijakan, program dan kegiatan, yaitu mengenai seberapa jauh kebutuhan, nilai dan kesempatan telah dicapai. Dengan evaluasi dapat diungkapkan mengenai pencapaian suatu tujuan, sasaran dan target tertentu.
 - b. Memberi sumbangan pada klarifikasi dan kritik. Evaluasi memberi sumbangan pada klarifikasi dan kritik terhadap nilai-nilai yang mendasari tujuan dan target. Nilai diperjelas dengan mendefinisikan dan mengoperasikan tujuan dan target.
 - c. Memberi sumbangan pada aplikasi metode analisis kebijakan, termasuk perumusan masalah dan rekomendasinya. Informasi mengenai tidak

⁹ *Opcit* hal 101

¹⁰ M. Manullang. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS.

memadainya suatu kinerja kebijakan, program dan kegiatan memberikan kontribusi bagi perumusan ulang kebijakan, program dan kegiatan. Evaluasi dapat pula menyumbangkan rekomendasi bagi pendefinisian alternatif kebijakan, yang bermanfaat untuk mengganti kebijakan yang berlaku dengan alternatif kebijakan yang lain.¹¹

Dengan penjelasan beberapa tahapan diatas dapat diketahui bahwa *management event* merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk membuat atau melaksanakan sesuatu dengan tujuan dapat memberi hasil yang memuaskan bagi pelaksana kegiatan baik dari sebuah instansi atau kelompok. Jika manajemen yang dilakukan dilakukan dengan sangat baik maka tidak dapat dipungkiri hasil dari sebuah acara akan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. akan tetapi jika manajemen yang dilakukan tidak baik maka besar kemungkinan acara yang dilakukan akan mengalami kegagalan.

Event

Event merupakan suatu kegiatan atau acara yang dilaksanakan guna memperingati sesuatu atau melakukan promosi serta bisa sebagai hiburan disuatu tempat.

Menurut Any Noor dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Event*¹² *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individual maupun kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang menyelenggarakan pada waktu tertentu. *Event* juga merupakan suatu kejadian-kejadian. Suatu yang terjadi pada saat tertentu. Keadaan yang diakibatkan oleh perubahan kondisi suatu item. Dalam perorangan, setiap *event* dapat diberi kode untuk mengerjakan beberapa perintah.

Sedangkan *event* menurut para ahli, diantaranya:

spesial events are that phenemenon arising from those non-routine occasian which have leisure. cultural. personal or organizational objectives set

¹¹ www.indopubadmi.com/2014/12/fungsi-evaluasi-dalam-manajemen.html diakses tanggal 01/05/2016

¹² Any Noor, *Manajemen Event*. Bandung:Alfabeta. 2009 hal 6

apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.

Dari pendapat ini *event* dapat dikategorikan kedalam spesial *event*, leisure *event*, personal *event*, cultural *event* dan yang terakhir organizational *event*¹³.

Karakteristik Event

Kesuksesan dari sebuah *event* tidak bisa terlepas dari karakteristik *event* itu sendiri. Karakteristik sebuah *event* atau kegiatan acara sendiri nantinya akan menjadikan *event* yang nantinya dibuat akan selalu dikenal dan membuat pengunjung akan selalu mengingat *event* yang telah dibuat.

Menurut Any Noor *Event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraannya *event* harus memiliki ciri sendiri, karakteristik inilah yang akan membuat sebuah *event* berhasil. Karakteristik tersebut adalah sebuah keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana, pelayanan, dan interaksi personal¹⁴.

1. Keunikan dari sebuah *event* merupakan kunci utama suksesnya sebuah *event*, dan yang menjadi kuncinya adalah pengembangan sebuah ide. Jika sebuah organizer dapat merealisasikan ide sesuai dengan harapan dan rencana, maka *event* yang akan diselenggarakan akan memiliki keunikan tersendiri. Karena inti dari sebuah *event* adalah harus unik dan biasanya muncul dari sebuah ide. Sebuah *event* harus memiliki suatu perbedaan dengan *event* lain, walaupun *event* tersebut dilaksanakan tiap tahunnya.
2. *Perishability*: setiap *event* yang diselenggarakan tidak akan pernah sama. Apabila *event* yang dilaksanakan memiliki keunikan yang khas, tentunya *event* tersebut tidak dapat diulangi lagi persis sama seperti *event* sebelumnya. Dua *event* yang sama diselenggarakan pada waktu dan tempat yang sama tentunya tidak akan memiliki hasil yang persis sama. Meskipun penetapan standar pelayanan yang digunakan sama, dilakukan penyelenggara yang sama, tetapi tetap saja *event* yang diselenggarakan akan sangat berbeda hasilnya.

¹³ *Ibid* hal 7

¹⁴ *Ibid* hal 9-10

Perishability juga berhubungan dengan penggunaan fasilitas untuk penyelenggaraan *event*.

3. *Intangibility* setelah mengunjungi sebuah *event*, yang tertinggal dibenak para pengunjung adalah pengalaman mereka dapatkan dari penyelenggara *event*. Bagi penyelenggara hal ini merupakan sebuah tantangan untuk merubah sebuah *intangible* menjadi sesuatu yang berwujud, sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam *event* mampu mengubah persepsi pengunjung.
4. Suasana dan Pelayanan merupakan karakteristik yang penting pada saat berlangsungnya sebuah *event*. *Event* yang dilaksanakan dengan menghadirkan suasana yang tepat akan menghasilkan sukses yang besar, akan tetapi sebaliknya kegagalan dari sebuah *event* dihasilkan dari suasana yang kurang tepat.
5. karakteristik yang terakhir adalah interaksi personal. Kunci kesuksesan dari penyelenggaraan sebuah *event* adalah interaksi personal. Misalkan pada penyelenggaraan sport *event*, penonton tidak hanya duduk menonton sebuah pertandingan saja, tetapi juga menciptakan sebuah pertandingan menjadi hidup. Penonton dapat berinteraksi dengan para staf ataupun dengan penonton yang lain hal inilah yang menjadikan pertandingan tersebut menjadi pengalaman bagi pengunjung.

Event FMP sendiri dalam pelaksanaannya turut mengadakan lomba-lomba yang bertemakan kebudayaan mulai dari lomba-lomba tradisional, lomba layang-layang, serta wisata kuliner khas daerah kabupaten Serang. *Hallmark Event* sendiri identik dengan karakter atau etos dari suatu wilayah, kota atau daerah disuatu tempat. Menurut Ritchie dalam Any Noor, mendefinisikan *Hallmark Event* adalah:

Major one time or recurring events of limited duration, developed primarily to enhance awareness, appeal, profitability of tourism destination in the

*short term or long term. Such events rely for their success on uniqueness, status, or timely significance to create interest and attract attention.*¹⁵

Jenis- jenis *event* tersebut mempunyai arti sendiri bagi kota-kota penyelenggara, juga bagi masyarakat kota tersebut. *Event* ini juga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat selama kegiatan berlangsung, karena *event* ini sangat menarik pengunjung untuk hadir dan mampu mendatangkan wisatawan dalam jumlah yang besar.¹⁶

Cultural event sendiri merupakan sebuah acara kebudayaan atau *event* yang memiliki nilai kebudayaan dari suatu daerah. *event* ini juga dikategorikan kedalam mejor *event* karna mampu mendatangkan pengunjung dalam jumlah yang besar untuk menonton *event* itu sendiri.

Banyak *event* kebudayaan yang diadakan diluar tempat budaya itu sendiri, hal seperti ini sendiri dapat menjadi sebuah magnet untuk menarik jumlah pengunjung yang besar. Terlebih lagi jika diselenggarakan dengan *event* lainnya yang berhubungan dengan budaya tersebut seperti penjualan produk dan makanan khas.

Festival Budaya memiliki karakteristik tersendiri. Berdasarkan tujuan dan waktu penyelenggaraannya dan ukuran *event* itu sendiri. Rolfe dan South East Arts dalam Any Noor membagi *event* budaya menjadi tujuh karakteristik, yaitu¹⁷:

1. *High-profile general celebration of the arts*

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

¹⁵. *Ibid* hal 16

¹⁶ *Ibid* hal 17

¹⁷ *Ibid* hal 18

2. *Frestil* untuk memperingati tempat-tempat tertentu

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

3. *Art-from Festival*

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

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

Festival yang diselenggarakan dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan khusus. misalnya penyelenggaraan oleh kelompok wanita, anak muda atau orang cacat. Biasanya kegiatan semacam ini diselenggarakan juga dalam bentuk workshop.

5. *Calender*

Perayaan yang bersifat religi dan kebudayaan biasanya diselenggarakan tanggal atau waktu tertentu dari satu kepercayaan tertentu.

6. Festival Seni Amatir

Banyak Festival diselenggarakan oleh organizer yang masih relatif kecil. Tetapi mampu menarik pengunjung dalam jumlah yang besar. Hal ini tentunya baik karena akan terjadi kompetisi untuk selalu menyelenggarakan *event* yang baik.

7. *Commercial music Festival*

Merupakan jenis *event* yang sering diselenggarakan karena sangat populer dan mampu menarik minat pengunjung. Banyak *event* seperti ini diselenggarakan dengan format dan model yang hampir sama. Tetapi karna bintang tamu yang

selalu berbeda dan pengunjung memiliki ketertarikan khusus. maka pada jenis Festival ini cenderung selalu dikunjungi banyak orang.

Kategori *Event*

Spesial event juga meliputi semua aktivitas hidup manusia. Spesial merupakan kegiatan yang sangat besar dan kompleks. Spesial events dapat diselenggarakan mulai dari jenis *event* perorangan yang sederhana dan kecil¹⁸ seperti pesta ulang tahun atau pesta pernikahan sampai dengan *event* yang besar. *Leisure event* sendiri merupakan *event* yang bertemakan olahraga dalam penyelenggaraannya biasanya berbentuk olimpiade yang mana *event* ini dapat mendatangkan banyak sekali pengunjung, akan tetapi *event* ini sendiri memiliki kekhususannya dalam penyelenggaraannya. *Personal event* sendiri merupakan kategori lain yang membentuk *spesial event*. Yang termasuk ke dalam *spesial event* adalah segala bentuk kegiatan yang didalamnya terlibat anggota keluarga atau teman. *Cultural event* menjadi kategori yang membangun *spesial event*. Budaya selalu identik dengan upacara adat, dan tradisi memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat, sehingga penyelenggaraannya saat ini menjadi sangat penting. Terlebih lagi dengan adanya kemajuan teknologi penyelenggaraan *cultural event* akan lebih menarik dan berkesan yang dapat disesuaikan dengan keadaan seperti ini.¹⁹ Sedangkan kategori yang terakhir adalah *organizational event* yang merupakan suatu kegiatan yang sangat besar pada setiap organisasi dalam kategori ini, bentuk *event* yang diselenggarakan pun tentunya disesuaikan dengan tujuan dari organisasi itu sendiri.

b. *Event* Sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Event sendiri merupakan bagian dari *sales promotion* yang merupakan salah satu jenis yang terdapat dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu atau biasa disebut dengan *Integrated Marketing Communication* (IMC). *Event* merupakan sebuah langkah yang tepat yang dapat diambil dalam melakukan sebuah marketing atau melakukan sebuah promosi produk atau suatu daerah.

hal ini sama seperti yang dijelaskan oleh Amalia Nurul yang mana sebuah Perusahaan/instansi atau pun Pemerintah dapat mengadakan suatu *event* untuk

¹⁸ <http://digilib.uinsby.ac.id/8850/5/bab2.pdf> (akses pada tanggal 01/09/2016 pada jam. 12.31)

¹⁹ <http://digilib.uinsby.ac.id/8850/5/bab2.pdf> (akses pada tanggal 01/09/2016 pada jam. 12.34)

menginformasikan tentang produk atau keunikan suatu daerah yang menarik untuk dikunjungi tersebut dengan melalui konferensi, seminar, *outings*, pameran dagang, pameran, perlombaan, pertandingan, *event* budaya serta perayaan-perayaan perusahaan/pemerintah lainnya yang dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung ke daerah Kota kita²⁰.

Tempat pemasaran bukan semata-mata saluran distribusi dimana sebuah produk ditempatkan agar mudah dijangkau konsumen. Tempat penjualan merupakan representasi konsumen terhadap cita rasa. *Image*. Dan status konsumen.komunikasi pemasaran tempat adalah membangun *Visual Store Marchandase* yaitu perangkat toko yang tersimbolkan khas sesuai dengan produk yang dijual²¹.

Dalam pengembangan konsep dan pangimplementasian IMC atau strategi komunikasi pemasaran terpadu *event* atau *event* marketing termasuk kedalamnya. *Event* atau *event* marketing merupakan situasi tertentu atau suatu keadaan dalam melakukan promosi yang mempunyai fokus tujuan untuk menangkap perhatian serta melibatkan khalayak dan costemer dalam *event* itu sendiri.

Perusahaan serta beberapa organisasi yang tidak begitu mencari keuntungan biasanya menggunakan *event* dengan beberapa alasan yaitu: untuk melibatkan khalayak atau *stakeholder* mereka, untuk mensosialisasikan atau mengenalkan Brand mereka, untuk meraih khalayak yang susah untuk dijangkau, untuk meningkatkan *brand awareness* dan menyediakan *platform* yang baik bagi *brand publicity*.²²

Selain itu penyelenggaraan *event* sendiri akan secara langsung berdampak pada sisi pariwisata dan perekonomian daerah yang menyelenggarakan *event* tersebut oleh sebab itu Any Noor menjelaskan dampak penyelenggaraan *event* pada sisi ekonomi dan pariwisata sebagai berikut:

1. Banyak penyelenggaraan *event* dilakukan di daerah tujuan wisata sehingga dalam satu kali pelaksanaan kegiatan, daerah tujuan sendiri akan ikut dipromosikan dalam pelaksanaan *event* itu sendiri.

²⁰ *Event* sebagai Media promosi. Nurul Awalayah. <http://www.esaunggul.ac.id/article/event-sebagai-ajang-promosi-bagi-perusahaan-jasa-kasus-untung-beliung-britama-bri/> diakses 28 November 2015

²¹ Nasiha. Sholihatun, 2010. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mengokohkan Brand Dagadu Djogdja*. Hal 16

²² <http://www.slideshare.net/rioprato/komunikasi-pemasaran-terpadu> diakses tanggal 05 Februari 2016.

2. *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*.
3. Sebagai dampak ekonomi yang muncul dari *event*, jumlah pengeluaran turis terbagi pada biaya perjalanan, akomodasi, restoran, belanja dan pelayanan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata. Peningkatan ekonomi secara local terjadi karena peningkatan jumlah wisatawan datang ke suatu daerah, memerlukan akomodasi, serta makanan yang disediakan oleh penyedia.
4. Peningkatan jumlah lapangan kerja terjadi karena adanya *event*. Pekerjaan yang tersediapun beragam dan dapat dikerjakan oleh orang dari berbagai kalangan usia dan jenis keterampilan.²³

Penyelenggaraan *event* sendiri telah menciptakan dampak yang menumbuhkan suatu industri pariwisata yang telah berkembang menjadi sebuah *Event Tourism* atau *event* turis. *Event Tourism* sendiri didefinisikan oleh Getz dalam Any Noor sebagai berikut:

1. *The Sistematic planning. Development and marketing of events as tourism attractions catalyst for other development, image builders, and animator of attractions and destination areas: event tourism strategies should also cover the management of news and negative events.*
2. *A market segment consisting of those people who travel to attend events or who can be motivated to attend events while away from home.*²⁴

Dari dua penjelasan yang dijelaskan oleh Gets *event* turis sendiri merupakan sebuah *event* yang dibuat secara sistemik serta pengembangan yang digunakan untuk meningkatkan wisatawan. selain itu *event* turis sendiri harus bisa mengcover suatu berita dampak negative dari suatu *event*. Segmentasi dalam *event* turis sendiri merupakan orang yang sedang berada di luar rumah sehingga termotivasi untuk mengikuti *event* itu sendiri. Selain menjelaskan dampak positif yang ditimbulkan oleh penyelenggaraan

²³ Any Noor, Manajemen *Event*. Bandung:Alfabeta. 2009 hal 36

²⁴ *Ibid* Hal 37

event di suatu daerah Any Noor juga menjelaskan dampak negatif yang ditimbulkan oleh penyelenggaraan suatu kegiatan acara atau *event* sebagai berikut:

1. Masyarakat akan banyak mengandalkan kegiatan pariwisata saja untuk menopang pendapatannya, padahal kegiatan pariwisata sendiri tidak dapat dipertahankan untuk jangka waktu yang lama.
2. Karena penyelenggaraan *event*, keaslian suatu daerah juga akan hilang, misalnya penyelenggaraan kegiatan yang seharusnya berdasarkan pada adat setempat menjadi berubah karena ada permintaan pengunjung atau peserta *event* untuk disesuaikan dengan keinginan mereka.
3. Eksploitasi yang besar dibidang pariwisata dan penyelenggaraan *event* juga terjadi karena masyarakat diminta untuk terus menerus menyelenggarakan *event* sebagai kebutuhan wisatawan yang tentunya tidak sesuai dengan adat dan budaya mereka.
4. Terjadi perubahan harga pada tempat penyelenggaraan *event*. Hal ini sering terjadi di negara-negara berkembang atau di dunia ketiga.
5. Selain harga, terjadi juga kenaikan biaya untuk penyelenggaraan *event*. Karena tingginya permintaan, maka pihak penyedia sering menaikkan harga di atas harga standar mereka²⁵.

Berikut merupakan dampak yang ditimbulkan dari penyelenggaraan *event* di suatu tempat. Selain mempunyai tujuan untuk meningkatkan jumlah pariwisata pada daerah wisata di suatu daerah yang diselenggarakan *event*. Tentunya akan ada dampak yang diberikan oleh *event* itu sendiri baik dampak positif maupun dampak negatifnya.

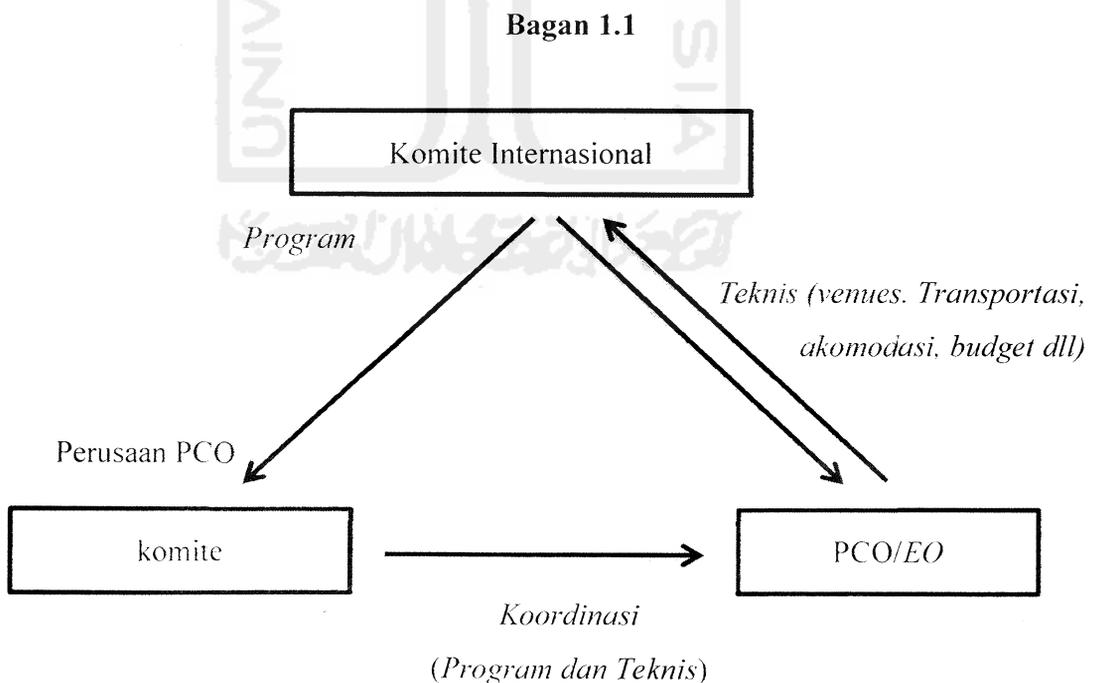
Keberhasilan dari sebuah *event* dalam meningkatkan wisatawan tidak terlepas dari aktor-aktor serta para *stakeholder* yang terlibat di dalamnya. hal ini berlalu juga dalam pelaksanaan *event* FMP yang dibuat oleh Dinas Disporapar Kota Serang. hubungan antara

²⁵ *Ibid* Hal 38

para aktor serta *stakeholder* dalam pelaksanaan *event* menurut inisiatifnya terdapat dua model. Pertama adalah model A, yaitu inisiatif datang dari pihak klayen (dalam hal ini komitedari sebuah asosiasi, perusahaan, pemerintah maupun independen), yang kemudian melalui rapat panitia pelaksana memutuskan menyerahkan teknis pelaksanaannya kepada PCO/EO. Selanjutnya pihak PCO/EO akan menyelola rencana pelaksanaan dari A-Z, dengan mencari para supplaier. Yang kedua adalah model B, model B merupakan inisiatif yang datang dari pihak *Planner/organizer*, dengan penyiapan konsep dan proposal kegiatan, mencari pihak komite/klayen yang berhubungan dengan topic konferensi dan *event* yang akan diselenggarakan untuk mendapatkan dukungan.²⁶

Dalam model A terdapat pihak Independen, independen sendiri merupakan seseorang yang dipercaya untuk membantu pelaksanaan sebuah kegiatan atau *event*. Pengambilan independen sendiri tidak dilakukan dengan asal, seseorang yang nantinya akan diambil untuk menjadi independen haruslah professional dan memeiliki pengalaman yang cukup tentang pelaksanaan sebuah *event*.

Hubungan komite internasional, komite dan PCO/EO dapat digambarkan dengan bagan yang dibawah ini:



²⁶ Iqbal Alam Abdullah, *Manajemen Konferensi dan Event*, Yogyakarta:Gajah Mada University Press, 2009 hal 76

Sumber: Buku Manajemen Konferensi dan Event, Iqbal Alam Abdullah

PCO sendiri merupakan sebuah perusahaan, yang memiliki spesialisasi dalam penanganan kongres. Perusahaan ini bertindak sebagai sebuah konsultan bagi penitia pelaksana, dan melaksanakan keputusan berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka dalam mengorganisir sebuah *event* bertahun-tahun.²⁷

G. Metode Penelitian

a. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dapat menemukan fakta terkait fenomena serta kendala yang terdapat dalam suatu kegiatan atau *event* yang sedang diteliti dengan apa adanya dengan menggunakan data yang telah didapat dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan / lebih, hubungan antarvariabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain.²⁸

Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif peneliti dapat menjelaskan bagaimana masalah yang sedang peneliti teliti serta mengumpulkan data, menganalisis dan diakhiri dengan kesimpulan penelitian.

b. Waktu dan Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan pariwisata Kota Serang, tepatnya JL. Jend. Sudirman Kawasan Stadion Maulana Hasanudin, kota Serang, Banten 42117, Indonesia. Waktu penelitian telah dilaksanakan mulai tanggal 7 Desember 2015 sampai dengan 27 Februari 2016 di Dinas Pemuda Olahraga Kebuyaan dan pariwisata Kota Serang

²⁷ *Ibid* Hal 79

²⁸ <http://www.informasi-pendidikan.com/2013/08/penelitian-deskriptif-kualitatif.html> (akses tanggal 01/09/2016 pada jam. 12.45)

c. Narasumber

Metode pemilihan narasumber dalam penelitian ini adalah *Purposive*, yaitu pemilihan informan/ narasumber berdasarkan kriteria kompetensi dan kapasitas untuk memberikan data (Danin, dalam skripsi Fatma santiawati, 2012).

Narasumber dalam penelitian ini merupakan Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kota Serang serta narasumber yang terlibat dalam *event* Festival Masyarakat Pesisir.

Peneliti hanya mengambil tujuh narasumber, pengambilan empat narasumber ini sudah cukup memberikan penjelasan dari penelitian peneliti.

1. Suharman Rahmat merupakan PNS yang berdinasi di Dinas Disporapar Kota Serang, beliau menjabat sebagai seksi promosi dan kerjasama kepariwisataan di bidang pariwisata. Bapak Suharman Rahmat merupakan ketua pelaksana yang bertanggung jawab dalam *Event* Festival Masyarakat Pesisir yang diselenggarakan di Karanghantu.
2. Tomi merupakan PNS yang berdinasi di Dinas Disporapar Kota Serang, beliau menjabat sebagai sekretaris di bidang pariwisata, tomi bertugas membuat surat serta kepala keperluan yang berhubungan dengan pihak-pihak yang terlibat pada *Event* Festival Masyarakat Pesisir selain itu juga beliau cukup paham dengan sejarah perjalanan *Event* Festival Masyarakat pesisir.
3. Didin Samsudin merupakan ketua Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia regional Kota Serang selain itu beliau juga menjabat sebagai ketua Muhammadiyah Kota Serang. Dalam pelaksanaan *Event* Festival Masyarakat Pesisir beliau memegang tanggung jawab sebagai pelaksana dalam FMP serta bertanggung jawab membuat susunan kepanitiaan dan mengkoordinir anggota dan pihak-pihak yang terlibat dalam acara FMP.
4. Pak Antu atau Antu merupakan wakil dari Pak Didin di HNSI beliau bertugas mewakili Pak Antu jika beliau tidak bisa hadir dalam proses koordinasi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam FMP.
5. Yanto merupakan anggota dari *event organizer* yang digunakan oleh Dinas Disporapar Kota Serang. Yanto sendiri sudah tiga tahun ikut serta dan

berkecimpung dalam pelaksanaan *event* Festival Masyarakat Pesisir. Tugas Yanto sendiri dalam *event* FMP ialah menjadi penghubung antara pihak HNSI dengan pihak Dinas Disporapar Kota Serang.

6. Ipah merupakan ibu rumah tangga sekaligus warga yang tinggal di daerah pesisir Karangantu, bisa dibilang beliau sudah hapal dengan pelaksanaan kegiatan *event* FMP. Hal ini dikarenakan beliau selalu mengikuti rangkaian kegiatan yang terdapat *event* FMP.
7. Yono merupakan nelayan yang tinggal di pesisir Karangantu Kota Serang, beliau merupakan nelayan asal pulau Jawa. Yono selalu mengikuti kegiatan FMP setiap tahunnya karena banyak sekali hal yang didapatkan oleh nelayan yang berada di pesisir Karangantu baik dalam hal pengetahuan maupun hiburan.

d. Pengumpulan Data

Data Primer

Dalam penelitian ilmu alam atau ilmu sosial dikenal berbagai teknik pengumpulan data salah satunya adalah data primer. Data primer didapat dengan cara melakukan pengamatan secara langsung. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode Observasi dan Wawancara.

1. Observasi

Nasution dalam Sugiyono (2009) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Sedangkan Sanafiah Faisal dalam Sugiyono (2009) mengklasifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipatif, observasi yang secara terang-terangan dan tersamar, dan observasi yang tak berstruktur. Metode observasi yang peneliti gunakan merupakan metode Observasi terstruktur atau tersamar.

Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terstruktur pada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Perbedaan dari wawancara dan responden adalah jelas. Mereka umumnya tidak saling kenal, dan wawancara mengendalikan tema pembicaraan dan pola diskusi. Akibatnya, terjadi kondisi yang tidak seimbang terhadap responden. Responden ditanya untuk memberikan tanggapan, nyaris tanpa harapan untuk menerima manfaat segera atau langsung dari kerjasama ini. Jika berlangsung dengan baik, wawancara ini merupakan teknik pengumpulan data yang sangat memuaskan. Wawancara juga sering disebut dengan kuesioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh data (Informasi) dari responden²⁹.

3. Data Sekunder

Sumber paling familiar untuk mengumpulkan data sekunder adalah perpustakaan. Langkah pertaman yang dilakukan dalam mencari sumber data perpustakaan pada perpustakaan tradisional adalah mencari sumber-sumber informasi yang tepat seperti mencari data pada media cetak dan media baru. Data sekunder yang peneliti dapat:

1. Renstra Disporapar 2014.
2. Data jumlah kunjungan wisatawan Kota serang Tahun 2013-2014.
3. Berita tentang FMP di Internet.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah metode yang digunakan dalam penelitian. Metode ini merupakan proses dalam mengolah dan menyusun data yang sudah diperoleh kemudian dari data tersebut peneliti dapat diperoleh kesimpulan.

a. Pengumpulan Data

Data-data yang dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yang meliputi data dari hasil wawancara, observasi, serta dari dokumen meliputi data sekunder.

²⁹ Syahirman, Yusi & Umiyati, Idris. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial pendekatan Kuantitatif*. (2009, Hal 108).

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilih dan memilah data yang sudah terkumpul, kemudian peneliti memecah data dalam satuan dan dipilih data yang relevan serta membuang data yang tidak perlu.

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan penyajian sebuah informasi yang disusun kedalam bentuk narasi, namun ada pula penyajian data yang berbentuk matriks, gambar.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan akhir dari analisis data, yang mana dalam proses penarikan kesimpulan dilakukan setelah melakukan pengumpulan data, reduksi data, serta penyajian data. Dari ketiga proses tersebut peneliti dapat memperoleh sebuah kesimpulan program atau acara yang peneliti teliti.

