

**ANALISIS MANAJEMEN EVENT KEUMALAHAYATI DALAM
MEMPROMOSIKAN BUDAYA ACEH**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia**

Diajukan oleh

HIKMATUS SILVIAH

21321273

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
ANALISIS MANAJEMEN EVENT KEUMALAHAYATI DALAM
MEMPROMOSIKAN BUDAYA ACEH

Oleh:

HIKMATUS SILVIAH

21321273

Telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Tanggal: 25 Februari 2026

Mengetahui

Dosen Pembimbing Skripsi



Nadia Wasta Utami, S. I.Kom., M.A.

NIDN. 0505068902

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS MANAJEMEN EVENT KEUMALAHAYATI DALAM
MEMPROMOSIKAN BUDAYA ACEH

Disusun oleh:
HIKMATUS SILVIAH
21321273

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi
Progran Studi Ilmu Komunkasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 10 Maret 2026

Dosen Penguji :

Ketua : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A.
NIDN. 0505068902

Anggota : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.
NDIDN. 0529098201



Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia


Dr. Zaki Habibi., M. Comms

NIDN. 0517078101

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hikmatus Silviah
Nomor Mahasiswa : 21321273
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan hal – hal sebagai berikut:

1. Selama proses penyusunan skripsi ini, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apa pun, termasuk pada plagiarisme, penggunaan jasa penulisan karya ilmiah oleh pihak lain, atau bentuk pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan prinsip dan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Oleh karena itu, skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri sebagai penulis, dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain.
3. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya memanfaatkan teknologi Generative Artificial Intelligence secara bertanggung jawab dan terbatas pada aspek-aspek berikut:
 - a. [ChatGPT], digunakan untuk [digunakan untuk membantu menyusun struktur awal penulisan skripsi, merumuskan kalimat akademik, serta memberikan alternatif redaksi dan perbaikan tata bahasa tanpa menggantikan analisis dan pemikiran penulis].
4. Apabila di kemudian hari, setelah saya dinyatakan lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa skripsi ini bukan merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, melainkan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 5 Februari 2026

Yang menyatakan,



Hikmatus Silviah dan 21321273

MOTTO

“Dan orang-orang yang bersungguh-sungguh (berjuang) di jalan Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami.”

(QS. Al-‘Ankabūt: 69)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur karya ini saya persembahkan kepada kedua orangtua tercinta yaitu Bapak Achmad Tamam Slamet dan Ibu Siti Zunaechah yang doa – doanya tak pernah terputus, kesabarannya tak pernah habis, dan pengorbanannya menjadi fondasi utama dalam setiap langkah penulis. Kepada kakak kandung saya yaitu Nur Aini Tamimah yang telah menjadi sumber semangat, serta kepada sahabat- sahabat terdekat yang telah hadir dan mendukung sampai saat ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil Alamin, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, utusan Allah SWT yang telah membawa cahaya petunjuk kepada seluruh umat manusia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Adapun skripsi yang ditulis memiliki judul “Analisis Manajemen *Event* Keumalahayati Dalam Mempromosikan Budaya Aceh”. Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan doa serta dukungan dari banyak pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ayah Achmad Tamam Slamet dan Mamah Siti Zunaechah yang senantiasa menghadirkan doa – doa tulus dalam setiap langkah penulis baik yang terucap maupun yang terlantun dalam diam. Kesabaran yang tak pernah habis, kasih sayang yang tak bersyarat serta pengorbanan yang tak terhitung menjadi kekuatan utama yang menggiring perjalanan pendidikan penulis hingga sampai di titik ini. Penulis juga berharap agar Ayah dan Mamah diberikan kesehatan, umur panjang, rezeki yang berlimpah serta kesempatan untuk menyaksikan pencapaian penulis lainnya di masa yang akan datang.
2. Kakak kandung penulis, Nur Aini Tamimah yang senantiasa menjadi sosok pendukung, penguat, sekaligus tempat bercerita bagi penulis dalam berbagai fase perjalanan hidup dan pendidikan.
3. Bapak Dr. Zaki Habibi., M.Comms, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia
4. Ibu Nadia Wasta Utami, S. I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan dengan sangat sabar dan teliti hingga karya tulis ini selesai.
5. Mr. Dr. Herman Felani, S.S., M.A, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
7. Gema Citra Nusantara informan dalam penelitian ini, yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, berbagi informasi, serta memberikan pandangan secara terbuka untuk mendukung penelitian ini
8. Sahabat – sahabat terdekat penulis selama di kota perantauan, Arimbi Hestia Maharani, Rizqa Salsabila Nadjamuddin, Salmaa Fida Firdaus, dan Suci Tri Wulandari yang telah memberikan

dukungan di masa – masa sulit memberikan warna tersendiri, serta menjadi tempat mencurahkan keluh kesah selama perjalanan akademik penulis.

9. Sahabat – Sahabat penulis sedari kecil, Najwa Fadiyah Rahmah, Salwa Nadzira, Luthfiah Putri Pamungkas atas kebresamaan, tawa, semangat, dan dukungan yang selalu menyertai selama sebelas tahun perjalanan persahabatan.
10. Teman – teman GAJAHSORA yang pada awalnya dipertemukan dalam lingkup kepanitiaan, kebersamaan yang terbangun melalui proses, kerja sama, dan pengalaman bersama tersebut meninggalkan kesan yang mendalam dan hingga kini tetap terjaga sebagai bagian penting dalam perjalanan penulis.
11. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2021, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya, yang telah menjadi bagian dari pengalaman dan kisah penulis selama menuntut ilmu di bangku perkuliahan.
12. Dan yang terakhir, teruntuk Hikmatius Silviah, diri penulis sendiri yang telah melalui banyak rintangan. Terimakasih karena telah memilih untuk bertahan di tengah rasa lelah, terus belajar dari setiap proses, serta tidak menyerah meskipun jalan yang ditempuh tidak selalu mudah. Karya ini menjadi pengingat bahwa setiap langkah, sekecil apa pun, memiliki makna dan menjadi bagian penting dari proses pendewasaan diri.

Penulis sangat menyadari bahwa hasil penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik, dari pembaca agar bisa lebih baik kedepannya. Walaupun Demikian, penulis juga mengharapkan adanya manfaat dari skripsi ini untuk banyak pihak dan peneliti-peneliti selanjutnya. Akhir kata, saya ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 5 Februari 2026

Penulis



Hikmatius Silviah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka	4
1. Penelitian Terdahulu.....	4
2. Kerangka Teori.....	7
a. <i>Event</i>	7
b. Manajemen <i>Event</i>	9
c. <i>Event</i> Sebagai Media Promosi.....	12
F. Metode Penelitian	13
1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	13
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	14
3. Narasumber.....	14
4. Teknik Pengumpulan Data	14
5. Teknik Analisis Data	15
BAB II.....	16
GAMBARAN UMUM	16
A. Profil Gema Citra Nusantara	16
B. Sejarah Terbentuknya Event Keumalahayati.....	16

C.	Visi dan Misi Gema Citra Nusantara.....	18
D.	Logo Gema Citra Nusantara	18
E.	Struktur organisasi.....	19
F.	Struktur Panitia Event Keumalahayati	19
BAB III		21
TEMUAN PENELITIAN		21
A.	HASIL TEMUAN	21
1.	Awal Mula Gagasan Penyelenggaraan <i>Event</i> Keumalahayati	22
2.	Tahapan Desain (<i>Design</i>) <i>Event</i> Keumalahayati	25
3.	Tahapan Perencanaan (<i>Planning</i>) <i>Event</i> Keumalahayati.....	33
4.	Koordinasi Pelaksanaan dalam Penyelenggaraan <i>Event</i> Keumalahayati	53
5.	Tahapan Terakhir Evaluasi (<i>Evaluating</i>) <i>Event</i> Keumalahayati.....	58
6.	<i>Event</i> Keumalahayati Sebagai Media Promosi Budaya Aceh.	61
B.	PEMBAHASAN.....	65
1.	Manajemen <i>Event</i> Keumalahayati	65
2.	<i>Event</i> Keumalahayati sebagai Media Promosi Budaya Aceh.....	81
BAB IV		85
PENUTUP		85
A.	KESIMPULAN	85
B.	KETERBATASAN PENELITIAN	86
C.	SARAN.....	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Narasumber	21
Tabel 3. 2 Analisis SWOT	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Event Keumalahayati	17
Gambar 2. 2 Logo Organisasi Gema Citra Nusantara	18
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Gema Citra Nusantara	19
Gambar 3. 1 Poster Event Keumalahayati Tahun 2022	27
Gambar 3. 2 Penampilan Tarian Ratoh Jaroech Event Keumalahayati Tahun 2022	27
Gambar 3. 3 Tata Panggung Event Keumalahayati Tahun 2022	28
Gambar 3. 4 Poster Event Keumalahayati Tahun 2023	30
Gambar 3. 5 Penampilan Tarian Ratoh Jaroech Event Keumalahayati 2023	31
Gambar 3. 6 Tata Panggung Event Keumalahayati Tahun 2023	32
Gambar 3. 7 Properti Event Keumalahayati Tahun 2022	35
Gambar 3. 8 Properti Event Keumalahayati Tahun 2023	37
Gambar 3. 9 Tim Produksi Event Keumalahayati Tahun 2022 dan 2023	38
Gambar 3. 10 Poster Promosi Event Keumalahayati 2022	41
Gambar 3. 11 Reels Promosi Event Keumalahayati 2022	41
Gambar 3. 12 Kolaborasi Event Keumalahayati Tahun 2022 Dengan TNI Angkatan Laut	42
Gambar 3. 13 Media Partner Event Keumalahayati Tahun 2022	43
Gambar 3. 14 Poster Promosi Event Keumalahayati Tahun 2023	44
Gambar 3. 15 Reels Promosi Event Keumalahayati Tahun 2023	44
Gambar 3. 16 Media Partner Event Keumalahayati Tahun 2023	45
Gambar 3. 17 Kolaborasi Event Keumalahayati Tahun 2023 Dengan Public Figure Derby Romero.....	46
Gambar 3. 18 Webinar Event Keumalahayati Tahun 2022.....	48
Gambar 3. 19 Sponsor Event Keumalahayati Tahun 2022	49
Gambar 3. 20 Daftar Harga Tiket Masuk Event Keumalahayati 2023	50
Gambar 3. 21 Sponsor Event Keumalahayati 2023	51
Gambar 3. 22 Seminar Event Keumalahayati Tahun 2023	52
Gambar 3. 23 Daftar Pemain Utama Event Keumalahayati Tahun 2022	53
Gambar 3. 24 Gladi Bersih Event Keumalahayati Tahun 2022.....	54
Gambar 3. 25 Pemani Drama Musikal Event Keumalahayati Tahun 2023	55
Gambar 3. 26 Gladi Bersih Event Keumalahayati 2023.....	56
Gambar 3. 27 Briefing dengan Tim Kreatif dan Pemain Drama Musikal Keumalahayati 2023	57
Gambar 3. 28 Dokumentasi Tim Kreatif dan Pemain Keumalahayati 2022.....	59
Gambar 3. 29 Dokumentasi Tim Kreatif dan Pemain Keumalahayati 2023.....	60
Gambar 3. 30 Rivew Salah Satu Penonton Event Keumalahayati 2022.....	62
Gambar 3. 31 Rivew Salah Satu Penonton Event Keumalahayati Tahun 2023.....	63
Gambar 3. 32 Komentar Instagram Tentang Event Keumalahayati	63

ABSTRAK

Silviah, Hikmatu. 21321273. Analisis Manajemen *Event* Keumalahayati dalam Mempromosikan Budaya Aceh. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2026.

Event dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media komunikasi dalam memperkenalkan dan menyampaikan nilai-nilai budaya kepada masyarakat. Salah satu contoh pemanfaatan *event* sebagai media promosi budaya adalah penyelenggaraan *event* Keumalahayati, yaitu pertunjukan seni yang mengangkat sosok pahlawan perempuan Aceh melalui pengemasan seni pertunjukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen *event* Keumalahayati dalam mempromosikan budaya Aceh, serta menganalisis perkembangan penyelenggaraan *event* Keumalahayati pada tahun 2022 dan 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak penyelenggara *event* yaitu Gema Citra Nusantara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen *event* Keumalahayati menerapkan tahapan manajemen *event* yang meliputi *research, design, planning, coordinating, dan evaluating*. Pada tahap *research*, penyelenggara melakukan riset mengenai sosok Keumalahayati dan nilai budaya Aceh yang akan disampaikan. Tahap *design* diwujudkan melalui perancangan konsep pertunjukan dengan mengintegrasikan unsur seni dan budaya Aceh. Tahap *planning* mencakup perencanaan teknis dan nonteknis penyelenggaraan *event*, sedangkan tahap *coordinating* dilakukan melalui pembagian tugas dan kerja sama antar tim. Tahap *evaluating* digunakan untuk menilai pelaksanaan *event* sebagai dasar perbaikan pada penyelenggaraan berikutnya.

Pada penyelenggaraan tahun 2022, fokus utama manajemen *event* terletak pada pembentukan konsep cerita dan pengemasan budaya Aceh secara autentik sebagai fondasi *event*. Sementara itu, pada tahun 2023, *event* Keumalahayati mengalami perkembangan yang ditandai dengan peningkatan kualitas artistik pertunjukan, sistem kerja tim yang lebih terstruktur, meningkatnya dukungan sponsor, serta bertambahnya jumlah penonton. Secara keseluruhan, *event* Keumalahayati menunjukkan potensi sebagai media promosi budaya Aceh melalui pengemasan seni pertunjukan yang komunikatif dan edukatif, serta berpeluang untuk terus dikembangkan sebagai agenda budaya yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen *Event*, Promosi Budaya, *Event* Keumalahayati, Budaya Aceh.

ABSTRACT

Silviah, Hikmatus. 21321273. Event Management Analysis of Keumalahayati Event in Promoting Acehese Culture. Communication Studies Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Universitas Islam Indonesia, 2026.

Events can be utilized as one of the communication media to introduce and convey cultural values to the public. One example of the use of events as a medium for cultural promotion is the Keumalahayati event, a performing arts production that highlights the figure of an Acehese female hero through artistic performance. This study aims to examine how the management of the Keumalahayati event promotes Acehese culture and to analyze the development of the event's implementation in 2022 and 2023.

This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through interviews, observation, and documentation. The informants in this study consisted of the event organizer, Gema Citra Nusantara.

The results show that the management of the Keumalahayati event applies event management stages consisting of research, design, planning, coordinating, and evaluating. At the research stage, the organizer conducts research on the figure of Keumalahayati and the Acehese cultural values to be conveyed. The design stage is realized through the development of the performance concept by integrating artistic and cultural elements of Aceh. The planning stage includes technical and non-technical preparations for the event, while the coordinating stage involves task distribution and collaboration among team members. The evaluating stage is used to assess the implementation of the event as a basis for improvements in subsequent performances. In the 2022 implementation, the main focus of event management was the formation of the storyline concept and the authentic presentation of Acehese culture as the foundation of the event. Meanwhile, in 2023, the Keumalahayati event experienced significant development, indicated by improvements in artistic quality, a more structured team workflow, increased sponsorship support, and a growing number of audiences. Overall, the Keumalahayati event demonstrates potential as a medium for promoting Acehese culture through communicative and educational performing arts, and it holds opportunities to be further developed as a sustainable cultural agenda.

Keywords: Event Management, Cultural Promotion, Keumalahayati Event, Acehese Culture

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya merupakan identitas suatu bangsa yang harus dijaga dan dilestarikan agar tidak punah seiring dengan perkembangan zaman. Pada era globalisasi saat ini berbagai budaya asing dengan mudah masuk dan berkembang di Indonesia membawa beragam pengaruh yang tidak hanya bersifat positif tetapi juga negatif sehingga salah satu dampak negatif yang timbul yaitu melemahnya eksistensi budaya lokal akibat tergerus oleh dominasi budaya asing yang semakin kuat. Namun modernisasi dan arus globalisasi telah menghadirkan tantangan besar dalam upaya melestarikan budaya lokal. Semakin banyak generasi muda yang kehilangan ketertarikan terhadap budaya daerah maka diperlukan langkah konkret untuk membangun kesadaran masyarakat dalam menjaga dan melestarikan warisan budaya salah satunya melalui penyelenggaraan festival atau acara yang menggabungkan unsur tradisional dengan nuansa modern agar mampu menarik perhatian masyarakat. Kegiatan ini biasa dikenal sebagai *event*.

Event merupakan kegiatan yang terjadi sesekali biasanya diselenggarakan untuk menandai peristiwa penting atau milestone hidup manusia maupun organisasi yang memiliki perencanaan dan tujuan yang ingin di capai dalam pembuatannya (Wijaya, 2020). Secara sederhana, *event* dapat diartikan sebagai suatu peristiwa atau kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam konteks budaya, penyelenggaraan *event* memiliki peran penting dalam upaya menjaga dan melestarikan warisan budaya yang ada. Salah satu *event* yang bertemakan seni budaya adalah *Event Keumalahayati*.

Event Keumalahayati merupakan salah satu bentuk acara budaya yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya melestarikan budaya Aceh. *Event Keumalahayati* diselenggarakan oleh komunitas tari Gema Citra Nusantara dengan berkolaborasi dengan Papatong Art Space. Gema Citra Nusantara merupakan sanggar tari yang mempelajari bahkan memodernisasi seni tari. Seni tari yang menjadi unggulan sanggar Gema Citra Nusantara diantara lain dari Aceh, Sumatra Barat, Betawi, Jawa Barat, Bali dan masih banyak lagi. Gema Citra Nusantara mempunyai *event* besar yang bernama *Keumalahayati* yang bertujuan untuk sosialisasi mengenai kepahlawanan

Keumalahayati. Keumalahayati merupakan seorang pahlawan nasional Indonesia yang memimpin lebih dari 2.000 pasukan inong bale (janda-janda pahlawan yang mati) dalam melawan penjajah belanda. Hingga hari ini banyak orang yang belum mengenal sosok Keumalahayati yang perjuangannya sudah di akui pemerintah sebagai pahlawan nasional di tahun 2017. *Event* Keumalahayati ini dibuat dengan menampilkan drama musikal dan tarian aceh yaitu sama yang sudah di modifikasi. Tarian yang di tunjukan pada *event* ini yaitu seni tari tradisi Aceh yang terdiri dari tari rapai kipah, ranup lampuan, dan rencong. Ketiganya merupakan tarian penting di Aceh dan masing – masing mempunyai makna yang berbeda. *Event* Keumalahayati diselenggarakan pertamakali di tahun 2022 dengan tujuan memperingati 17 tahun berdirinya sanggar tari Gema Citra Nusantara. *Event* Keumalahayati ini pertama diselenggarakan pada tanggal 19 maret 2022 lalu pada tahun yang kedua diselenggarakan pada tanggal 12 dan 13 agustus 2023 lalu pelaksanaan yang ketiga dilaksanakan pada tanggal 25 dan 26 November 2025 yang selalu bertempat di teater taman ismaili marzuki. *Event* ini diupayakan bisa menarik penonton kalangan milenial agar anak – anak muda bisa melihat nilai – nilai positif dari sosok Laksamana Keumalahayati yang sekaligus bisa menumbuhkan nilai cinta kebangsaan dan pembentukan karakter (Jatengdaily.com, 2022).

Dalam pelaksanaan sebuah *event* tentunya diperlukan adanya sebuah manajemen *event*. Manajemen *event* merupakan cabang dari ilmu manajemen yang berfokus pada perencanaan dan pengembangan suatu kegiatan dengan tujuan untuk menghimpun sekelompok orang di satu lokasi guna mengikuti rangkaian aktifitas terstruktur yang dirancang untuk menyampaikan informasi atau menyuguhkan suatu peristiwa tertentu (Utami, 2021). Dalam konteks ini, pengelolaan *event* mencakup perencanaan yang matang, koordinasi berbagai pihak terkait serta strategi pemasaran yang efektif agar *event* tersebut mampu menarik partisipasi masyarakat secara luas. Melalui keterlibatan langsung masyarakat dalam berbagai kegiatan budaya diharapkan menjadi peningkatan pemahaman serta rasa memiliki terhadap warisan budaya Aceh. *Event* ini menjadi salah satu cara efektif untuk mengenalkan kembali budaya Aceh kepada generasi muda serta masyarakat luas. Selain sebagai sarana edukasi, *event* ini juga berfungsi sebagai media promosi untuk memperkenalkan budaya aceh ke tingkat nasional maupun internasional. Dengan demikian, *event* Keumalahayati tidak hanya bertujuan untuk melestarikan budaya, tetapi juga memperkuat identitas budaya Aceh di tengah arus globalisasi. Manajemen *event* yang diterapkan dalam *event* Keumalahayati

diharapkan mampu menciptakan acara yang menarik dan memberikan dampak positif bagi masyarakat. Keberhasilan suatu *event* tidak hanya diukur dari jumlah peserta atau keuntungan tetapi juga peran public relations sebagai penghubung utama yang menyatukan seluruh proses perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi demi membangun dengan pemangku kepentingan serta menjaga citra dan reputasi (Putri, 2020). Public relation berperan sebagai kunci dalam manajemen *event* yang berfungsi sebagai perekat yang menyatukan seluruh tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi setelah acara berlangsung (Atyra, 2024).

Pemilihan *event* Keumalahayati sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa budaya Aceh selama ini lebih dikenal oleh masyarakat melalui unsur seni tari, seperti Tari Saman dan Ratoh Jaroe, sementara pengenalan terhadap tokoh-tokoh sejarah Aceh masih relatif terbatas. Padahal, Aceh memiliki banyak tokoh bersejarah yang berperan penting dalam perjalanan bangsa, salah satunya adalah Laksamana Keumalahayati sebagai pahlawan perempuan yang memiliki nilai historis, kepemimpinan, dan keteladanan yang kuat.

Event Keumalahayati menjadi menarik untuk diteliti karena menghadirkan pendekatan yang berbeda dalam promosi budaya Aceh, yaitu dengan menitikberatkan pada pengenalan tokoh sejarah melalui seni pertunjukan. Pengemasan kisah Keumalahayati dalam bentuk drama musikal tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi sejarah dan budaya yang mampu menjembatani ketertarikan generasi muda terhadap nilai-nilai lokal yang selama ini kurang mendapat perhatian.

Penelitian ini berfokus pada penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2022 dan 2023 sebagai dua periode awal pelaksanaan dalam skala besar. Tahun 2022 dipilih karena merupakan penyelenggaraan perdana yang menjadi fondasi sistem manajemen *event* sedangkan tahun 2023 menunjukkan adanya pengembangan kualitas produksi, peningkatan jumlah audiens, serta perubahan model pendanaan melalui sistem tiket berbayar. Penelitian ini tidak mencakup tahun 2024 karena *event* tidak diselenggarakan pada tahun tersebut, sehingga analisis difokuskan pada periode pelaksanaan aktif. Memiliki kebaharuan dalam penelitian ini yaitu bagaimana analisis manajemen *event* yang di selenggarakan oleh komunitas Gema Citra Nusantara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian kebudayaan Aceh melalui *event* Keumalahayati. Belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas strategi manajemen *event* dalam pelestarian budaya Aceh. Setiap *event* tentu memiliki

kelebihan dan kekurangan, sehingga evaluasi setelah pelaksanaan sangat dibutuhkan untuk memastikan perbaikan dalam penyelenggaraan berikutnya. Meskipun *event* ini masih tergolong baru, diharapkan manfaatnya dapat terus dirasakan dan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dari latar belakang di atas, maka menjadi menarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisi Manajemen *Event* Keumalahayati dalam Mempromosikan Budaya Aceh”. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana tahapan manajemen event yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi diterapkan dalam *event* Keumalahayati sebagai strategi promosi budaya Aceh.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang muncul: Bagaimana analisis manajemen *event* Keumalahayati dalam mempromosikan budaya Aceh?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak diraih sebagai berikut:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen event pada penyelenggaraan Event Keumalahayati serta menjelaskan peran event tersebut sebagai media promosi budaya Aceh kepada audiens, khususnya generasi muda.

D. Manfaat Penelitian

Dari penjabaran yang sudah dijelaskan oleh peneliti, maka hasil yang di dapatkan melalui penelitian ini diharapkan berguna bagi siapapun yang membutuhkan. Manfaat pada penelitian ini ditinjau dari:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu para peneliti dan akademisi dalam menekkiti mengenai analisis manajemen *event* dalam mengedukasi masyarakat terhadap pelestarian budaya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat memberikan masukan kepada komunitas Gema Citra Nusantara dalam melaksanakan *event* Keumalahayati selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang berjudul “Manajemen *Event* Krakatau Festival 2019 dalam Mempromosikan Pariwisata Lampung” (Wicaksono, 2021). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen *event* yang dilakukan Dinas

Pariwisata dan Ekonomi kreatif Provinsi Lampung untuk mempromosikan pariwisata lampung melalui *event* Lampung Krakatau Festival. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi lapangan dengan mengumpulkan dua data yaitu primer dan sekunder. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama meneliti tentang manajemen *event* dan sama – sama menggunakan metode kualitatif untuk meneliti. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu penelitian ini menganalisis bagaimana manajemen *event* mempromosikan sesuatu sedangkan penelitian yang sedang dilakukan menganalisis manajemen *event* untuk mengedukasi pelestarian budaya.

Penelitian yang kedua dengan judul “Analisis Manajemen *Event* Reyog Jazz Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Budaya dan Wisata Kabupaten Ponorogo” (Ayunda, 2021). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tim Reyog Jazz merencanakan *event* sampai dengan penerapannya dengan menggunakan teori manajemen *event* yang terdiri dari *research* dimana awal dibuat dengan membawa tujuan untuk memperkenalkan Ponorogo secara luas tidak hanya sebatas reyognya saja tetapi juga dengan potensi daerahnya, *Design* pada tahap ini terjadi sebuah pengkonstruksian hasil *research* menjadi yang diinginkan dengan ditetapkan tema di sesuaikan dengan kondisi yang ada dan terciptalah kalimat jazz sebagai tema acara, *Planning* sebagian besar konsep dan perencanaan mulai dari menentukan waktu yang direncanakan, *Coordination* tahap ini mewujudkan implementasi atau pelaksanaan dari perencanaan yang sudah di buat sebelumnya, *Evaluation* tahap terakhir dilakukan untuk dijadikan tolak ukur berhasil atau tidaknya sebuah *event* maka dari itu untuk melaksanakan *event* dibutuhkan pengorganisasian dari awal sampai akhir yang di sebut dengan manajemen *event*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan memperoleh data menggunakan metode wawancara dan observasi lapangan secara langsung. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama – sama meneliti tentang manajemen sebuah *event* dengan menggunakan metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu terletak dengan objek penelitian.

Penelitian yang selanjutnya dengan judul “Analisis Manajemen *Event* Halo Bandung *On The Spot* Pada Sub Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota

Bandung” (Desian, 2024). Hasil dari penelitian ini meunjukkan bahwa manajemen *event* yang terstruktur dan dilakukan dengan cermat mampu mendukung pencapaian tujuan acara, yaitu peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kinerja dan program pemerintah kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam selluruh tahapan manajemen *event*, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara langsung dan observasi lapangan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah penelitian ini sama - sama meneliti tentang analisis manajemen dengan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu terletak pada objek yang di teliti.

Penelitian yang keempat dengan judul “Analisis Manajemen *Event* Festival Danau Semayang Sebagai Ikon Wisata Di Desa Wisara Pela, Kukar, Kalimantan Timur” (Alfiani, 2021). Hasil dari penelitian ini menggambarkan manajemen *event* festival danau semayang yang belum maksimal. *Event* festival danau semayang membagi prosesnya kedalam lima tahapan yaitu *Reasearch*, *Design*, *planning*, *Coordination*, dan *Evaluation*. *Reaserch* merupakan Langkah awal perencanaan yaitu menentukan nama dan maksud di adakan *event*, lokasi, dan waktu akan di adakan, mengapa di adakan, siapa yang terlibat dan dituju. *Design*, dilakukan dengan berdiskusi menetapkan rangkaian acara, tema *event*, pembentukan kepanitiaan, perencanaan anggaran, promosi ketersediaan. *Planning* penetapan lokai *event* yaitu di desa pela berdasarkan nilai sejarah dan tempat wisata serta menjadi pihak pendukung *event* adalah pemerintah Desa dan Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara. *Coordination* menjelaskan kordinasi antara panitia menggunakan media palikasi whataap dan kendala koordinasi panitia yang belum maksimal. *Evaluation* pembahasan evaluasi mengenai *rudown* acara, biaya *event*, dan ukm. Penelitian ini menggunakan metode penlitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dan observasi secarang langsung. Persamaan penelitian yaitu sama – sama meneliti tentang analisis manajemen *event* dengan menggunakan metode penlitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang di lakukan yaitu terletak pada objek penelitian.

Penelitian kelima dengan judul “Manajemen *Event* Dinas Pariwisata Pada *Event Festival Jazz Internasional Suara Musi 2024*” (Amelia, 2025). Hasil dari penelitian ini melalui lima tahapan manajemen *event* menjurut Glodblatt yang pertama *Research* yaitu dilakukan dengan cara diskusi oleh panitia yang melibatkan seluruh pegawai Dinas Pariwisata Kota Palembang, dengan diskusi semua ide – ide dapat diutarakan dan penyelenggara *event* ini, *Design* dengan proses ini dimulai dengan ide – ide yang disesuaikan dengan tujuan diselenggarakannya *event Festival Jazz Internasional Suara Musi* dengan menentukan konsep dan tema yaitu menggabungkan identitas budaya lokal dengan seni kontemporer, *Planning* yaitu mempunyai tiga tahapan perencanaan, pelaksanaan, publikasi perencanaan tahap dimana panitia menyusun strategi menyusun sebuah timeline pengerjaan acara hingga hari pelaksanaan dimana *event* ini membutuhkan waktu kurang lebih satu bulan, *Coordination* tahap ini setiap anggota panitia memiliki tim masing – masing dan dapat saling melengkapi, *Evaluating* tahap terakhir yang dilakukan untuk melihat kesuksesan sebuah *event* yang telah diselenggarakan. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan cara pengumpulan wawancara dan observasi secara langsung. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama – sama meneliti manajemen *event* dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu terletak di objek penelitian.

2. Kerangka Teori

a. *Event*

Tentunya sudah tidak asing lagi bagi anda mendengar kata “*event*” merupakan suatu momen yang secara sengaja dirancang dan diselenggarakan, bukan sekedar kejadian yang terjadi secara spontan, melainkan memiliki maksud tujuan tertentu terutama bagi sarana untuk membangun dan memperkuat interaksi antar manusia sebagai makhluk sosial yang pada dasarnya saling membutuhkan satu sama lain dalam kehidupan bermasyarakat (Lestari, 2021).

Pada saat ini, dikarenakan berkembangnya kegiatan masyarakat disertai oleh kemajuan teknologi, konsep *event* terus mengalami suatu perkembangan. Hal ini membuat suatu jenis *event* yang dibuat lebih beragam dan tidak terbatas pada kegiatan yang memiliki nilai kebudayaan dan keagamaan saja. Ada banyak sekali jenis – jenis *event*. Menurut (Faustyna, 2024) ada beberapa jenis *event* berdasarkan

tujuannya, audiensnya, dan jenis aktivitasnya. Berikut adalah beberapa kategori utama event yang sering diadakan dalam berbagai konteks:

- 1) *Event sosial (Social Event)*: merupakan *event* yang dirancang untuk merayakan momen spesial, budaya atau tradisi. Contohnya: pesta ulang tahun, pernikahan, festival budaya, dan hari raya.
- 2) *Event komunitas (Community Event)*: dengan contoh pameran dan bazar dengan yang melibatkan berbagai kegiatan seperti penjual produk, permainan, dan hiburan. Contohnya lagi yaitu acara relawan dan amal yang bertujuan untuk mendukung sosial atau amal melalui partisipasi komunitas.
- 3) *Event Pendidikan (Educational Events)*: merupakan *event* dengan contoh seminar dan lokakarya yaitu sesi interaktif yang memberikan pengetahuan atau keterampilan tertentu kepada peserta.
- 4) *Event korporat (Corporate Events)*: merupakan *event* yang diselenggarakan oleh sebuah perusahaan contohnya peluncuran produk yang dimana memperkenalkan produk baru kepada pasar. Contoh yang selanjutnya yaitu rapat pertemuan bisnis dimana pertemuan yang diadakan untuk membahas bisnis, strategi, atau kinerja perusahaan.
- 5) *Event Hiburan*: dengan contoh konser dan pertunjukan yang menampilkan musik, teater atau bentuk hiburan lainnya. contoh lainnya yaitu acara olahraga dengan berbentuk kompetisi yang melibatkan salah satu cabang olahraga.
- 6) *Event publik (Public Events)*: *event* ini merupakan acara yang dibuat masyarakat untuk memperingati suatu acara contohnya yaitu parade dan pawai dengan prosesi yang diadakan di jalan raya untuk merayakan atau memperingati. Contoh selanjutnya yaitu demo atau demonstrasi protes dimana perkumpulan massa yang diadakan untuk menyampaikan pendapat atau tuntutan terhadap isu tertentu,
- 7) *Event Digital dan Hybrid*: contoh dari *event* ini merupakan webinar atau seminar yang melibatkan presentasi atau diskusi yang disampaikan melalui internet.

Jenis *event* mencakup berbagai kategori yang dirancang untuk memenuhi beragam tujuan dan melibatkan berbagai audiens. Setiap jenis *event* mempunyai karakteristik dan tujuan unik, mulai dari merayakan momen spesial, mendidik,

membangun, hingga memperomosisikan (Faustyna, 2024). adapun jenis jenis *event* yang diukur melalui skalanya. Berikut jenis - jenis event (Abdullah, 2017) :

- 1) *Mega Event*: merupakan *event* yang merujuk pada kriteria yang diikuti pegunjung internasional, regional, setidaknya lima negara. Secara keseluruhan pengunjung dapat mencapau atau lebih dari satu juta pengunjung. Investasi terhadap *event* sangat besar, sehingga dapat menghasilkan profit yang besar pula. Contohnya seperti olimpiade ataupun piala dunia.
- 2) *Medium Event*: *event* ini dikategorikan menengah dimana pengunjung dapat berjumlah ratusan ribu hinngga satu juta pengunjung. *Medium event* berdampak pada skala nasional
- 3) *Mini Event*: *event* ini merupakan kegiatan yang memiliki maksimal seratus ribu pengunjung. *Mini event* ini dilakukan oleh individu atau organisasi besar yang memiliki dampak pada skala lokal.

Event bukan hanya semata – maya dibuat sehingga tidak ada manfaat dan tujuannya. Menurut (Lestari, 2021) untuk menentukan tujuan tersebut, makan bisa melihat dari berbagai macam pihak diantaranya:

- 1) *Event* bagi organisasi: pada dasarnya organisasi harus berkomunikasi dengan publiknya sehingga *event* bisa menjadi salah satu kegiatan yang menjembatani komunikasi tersebut.
- 2) *Event* bagi *public relations*: *event* bagi *public relations* merupakan *event* yang bertujuan untuk membangun citra dan menciptakan mutual undersanding.
- 3) *Event* bagi marketing: merupakan tujuan terakhir dari marketing adalah *returne of investment*, maka dari itu *event* dibuat untuk mendapatkan profit.

Melalui berbagai bentuk skala, *event* tidak hanya menjadi wadah untuk merayakan momen atau menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam membangun relasi dan mengedukadi serta menjapai tujuan organisasi.

b. Manajemen *Event*

Manajemen *event* merupakan bagian dari ilmu mnajemen yang menciptakan dan mengembangkan sebuah kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan orang-orang di satu tempat, melakukan serangkaian aktivitas yang teratur untuk memperoleh suatu informasi atau menyaksikan suati kegiatan (Utami, 2021).

Banyak sekali istilah penyebutan *event* manajemen seperti *event organizer*, *production house*, *communication*, *agency*/biro jasa, panitia pelaksana, dan *organizing committee*. Menurut (Glodblatt, 2013) Adapun tahapan untuk terlaksanannya *event* yang efektif dan efisien diantaranya:

- 1) **Research** : merupakan tahapan awal dalam perencanaan *event* dalam pengumpulan informasi yang komperhensif mnegenai karakteristik audiens, tren yang sedang berkembang serta kebutuhan dan harapan mereka. dalam penyelenggaraan *event* memiliki 5 persoalan didalamnya (*why, when, where, what*) sehingga bisa digunakan untuk memutuskan pertanyaan suatu *event* diantara:
 - a) Mengapa *event* tersebut diselenggarakan?
 - b) Siapa yang dituju dari *event* tersebut?
 - c) Kapan *event* tersebut diselenggarakan?
 - d) Dimana posisi *event* tersebut hendak diselenggarakan?
 - e) Apa yang hendak ditampilkan pada *event* tersebut?
- 2) **Design**: setelah kebutuhan audiens dipahami, penyelenggara mulai merancang konsep acara secara kreatif yang meliputi penentuan tema, format penyajian, serta elemen- elemen visual dan teknis yang dapt mendukung pengalaman peserta agar terasa berkesan relevan. *Brainstorming* serta *mindmapping* merupakan aktivitas yang dimana smua anggota dikumpulkan untuk memberikan sbuah saran agar menjadikan satu pemikiran *event* yang mencakup keuangan, sosial, budaya serta aspek yang berati lain dalam penerapan suatu *event*. Peresncanaan artistik pada *event* budaya harus mampu menjaga esensi tradisi tanpa menghilangkan daya tarik visual bagi audiens masa kini (Wahyudi, 2019)
- 3) **Planning**: tahapan ini mencakup penyusunan strategi detail mengenai jalannya acara mulai dari penjadwalan, penganggaran biaya, pemilihan tempat, hingga pembentukan tim kerja dan peratiran alur komunikasi dengan berbagai pihak yang terlibat. Membutuhkan fokus yang tinggi dalam memakai ketiga konsep dasar tersebut yang hendak dilaksanaka. Perencanaan *event* mencakup beberapa aspek penting antara lainnya penentuan tujuan *event*, penusunan konsep acara, penetapan target audiens, perancangan anggaran, pemilihan waktu dan lokasi, serta perencanaan sumver daya manusia yang terlibat (Noor, 2017).

- 4) **Coordination:** pada fase ini seluruh rencana yang telah disusun mulai dijalankan dan penyelenggara bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan setiap elemen teknis dan non teknis agar acara berlangsung dengan lancar serta cepat tanggap terhadap kendala yang mungkin muncul selama kegiatan. Pada tahap ini kedudukan *event manager* sangat berarti dimana *event manager* dihadapkan banyak opsi yang mewajibkan pengambilan keputusan dicoba dengan handal sehingga berakibat baik pada hasil event yang diselenggarakan.
- 5) **Evaluating:** tahapan ini merupakan tahapan terakhir setelah *event* selesai dilakukan proses evaluasi untuk menilai sejauh mana keberhasilan tujuan telah dicapai. Data yang didapatkan berasal dari hasil evaluasi yang digunakan untuk menganalisis situasi didalam pelaksanaan program berikutnya. Hal ini mempunyai tujuan agar dapat melihat suau keberhasilan dari acara yang telah berlangsung serta melihat kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaanya. Menurut (Sulistiyono, 2024) adapun beberapa model evaluasi diantaranya yaitu:
- a) *Goal oriented evaluation model:* merupakan evaluasi yang dilakukan dengan berorientasi pada tujuan penyelenggaraan *event*. Tujuan ini ditetapna pada penyelenggara *event* menjadi pusat perhatian apakah sudah tercapai atau belum dan apakah evaluasi dilakukan berkesinambungan dan memelikras sejauh mana tujuan sudah terlaksana atau belum.
 - b) *Goal free orinted evaluation model:* yaitu model evaluasi yang tidak harus tertuju pada tujuan dari sebuah kegiatan atau *event* tetapi lebih berorientasi pada proses kegiatan dalam upayanya mencapai tujuan.
 - c) *CIIP Model:* yaitu model evlauasi yang lebih menyeluruh dimana evaluasi tidak hanya tertuju pada hasil atau tujuan saja, tetapi memperhatikan faktor input, faktor konteks, faktor proses, dan faktor hasil. Faktor ini merupakan faktor model yang populer karena dianggap lengkap, adil, dan objektif untuk memberikan rekomendasi untuk memberikan rekomendasi terhadap keputusan gagal atau berhasilnya sebuah kegiatan, program atau *event*.
 - d) *Disperancy mode:* merupakan model evalusai dengan cara kesenjangan pada seluruh komponen penyelenggara *event*. Contohnya yaitu ketika

seharusnya event diselenggarakan di stadion tetapi berubah menjadi lapangan terbuka. Maka kesenjangan ini yang menjadi temuan dan harus dilakuka rekomendasi perbaikan terhadap event yang dievaluasi.

c. Event Sebagai Media Promosi

Event merupakan kegiatan yang melibatkan banyak peserta sehingga penting bagi penyelenggara untuk mengembangkan pola pikir, pengetahuan, dan keterampilan dalam menyelenggarakan *event* secara berkelanjutan dengan tidak hanya menyadari perlunya perubahan dalam kebiasaan produksi tetapi juga mengambil langkah lebih lanjut melalui penyediaan panduan yang komperhensi, contoh nyata, serta strategi parktis guna membantu industri menciptakan event yang berdampak positif dan meninggalkan warisan yang berekalnjutan (Jones , 2017). *Event marketing* bertujuan untuk menarik audiens baru, membangun loyalitas, dan tentunya menghasilkan revenue dengan menyediakan strategi praktis, ide promosi, hingga tempalte penerncanaan (Pasos, 2020). *Event* sebagai media promosi sama juga dalam, parktik public relations yang menciptakan sifat tidak hanya bersifat promosi tetapi juga membangun citra, kepercayaan, dan hubungan jangka panjang dengan publik. *Public relations* yang menggambarkan kegiatan utama untuk membangun dan mempertahankan citra poitif suatu organisasi yaitu konsep PENCILS. Menurut (Faustyna, 2021) PENCILS merupakan:

- 1) *Publication*: Merupakan kekuatan untuk mengenalkan organisasi atau perusahaan kepada publik secara formal.
- 2) *Events*: Merupakan pengorganisasian suatu kegiatan sebagai upaya membentuk citra organisasi atau perusahaan untuk menarik perhatian publik.
- 3) *News*: pembuatan informasi yang disampaikan kepada media unruk mendapatkan publisitas untuk membentuk opini publik.
- 4) *Community Invovlment*: Membuat program – program yang dintujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitarnya.
- 5) *Inform or Image*: Merupakan Upaya membentuk citra positif organisasi melalui informasi yang konsisten transparan, dan strategis kepada publik.
- 6) *Lobbying*: aktivitas membangun komunikasi dan pengaruh terhadap pemangku kebijakan dalam melakukan upaya persuasi dan negosiasi.

- 7) *Social Responsibility*: bagian dari strategi untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang positif dengan masyarakat dan lingkungan dengan program – program yang bermanfaat.

Event menyediakan platform unik yang tidak dapat ditiru oleh bentuk promosi lainnya karena memungkinkan interaksi langsung dan penciptaan pengalaman multidimensional dimana audiens dapat melihat, menengar, merasakan, bahkan mencium elemen sehingga membentuk keterlibatan personal hubungan emosional yang lebih kuat dibandingkan dengan iklan pasif serta menciptakan memori yang mendalam (Bowdin et al., 2021). Menurut (Page, 2020) Ketika event dirancang dengan cermat untuk memberikan pengalaman yang luar biasa, *event* tersebut menjadi alat promosi yang sangat efektif dikarenakan:

- 1) Menciptakan nilai yang dirasakan: masyarakat yang datang ke *event* mendapatkan sesuatu yang lebih dari sekedar informasi mereka mendapatkan pengalaman, hiburan, atau edukasi.
- 2) Mendorong keterlibatan emosional; pengalaman ini dirancang dengan baik dapat memicu emosi positif yang kemudian diasosiasikan dengan merek.
- 3) Memicu *word of mouth* di berbagai media sosial: pengalaman unik dan berkesan cenderung dibagikan oleh Masyarakat pada platform media sosial mereka yang merupakan bentuk promosi organik sangat berharga dan kredibel.

Dengan memastikan *event* sebagai media promosi yang efektif sangat bergantung pada perencanaan yang komprehensif, komunikasi terpadu, dan koordinasi yang solid dengan seluruh pemangku kepentingan atau *stakeholder* guna menciptakan sinergi yang optimal dan pengalaman acara yang berkesan (Jackson, 2021).

F. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ini berhubungan dengan langkah – langkah, teknik, alat/instrumen serta rancangan penelitian yang dipakai, waktu penelitian, sumber data, dan bagaimana data tersebut dikumpulkan untuk kemudian diolah dan dianalisis (Teresiana, 2018). Penelitian kualitatif secara umum merupakan jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik dan lebih pada pemahaman dan interpretasi terhadap makna peristiwa, interaksi, maupun tingkah subjek dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti (Fiantika, 2022). Jenis

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif yaitu menganalisis manajemen event pada acara Keumalahayati.

Jenis paradigma yang digunakan untuk melakukan penelitian ini yaitu konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menemukan bagaimana peristiwa atau realitas dibentuk dan bagaimana konstruksi dibentuk (Fathurokmah, 2024). Tujuan penelitian dalam paradigma konstruktivisme adalah untuk memahami dan membentuk ulang konstruksi yang saat ini dipegang termasuk peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2011).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sanggar Gema Citra Nusantara yang berlokasi di jalan KH. Moh Naim Kecamatan Cipete Kota Jakarta Selatan. Penelitian ini memiliki beberapa tahapan, dimulai dari penyusunan proposal, observasi, pengumpulan data, serta penyusunan laporan akhir terhitung dari bulan Juni 2025 hingga bulan Februari 2026

3. Narasumber

Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi dan memilih narasumber yang relevan serta memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu Produser Eksekutif Keumalahayati, Bendahara Keumalahayati, dan Produser Keumalahayati. Selain itu, sebagai upaya untuk memvalidasi data, peneliti juga melakukan wawancara dengan penonton Event Keumalahayati tahun 2023 serta penonton yang pernah menyaksikan Event Keumalahayati pada tahun 2022 dan 2023.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang digunakan untuk mendapatkan data yang lengkap dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya serta sesuai dengan penelitian. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

a. Wawancara

Penelitian melangsungkan wawancara secara langsung terhadap narasumber dengan mendatangi lokasi sanggar Gema Citra Nusantara. Wawancara ini dikerjakan secara terstruktur dan ditulis oleh peneliti kemudian peneliti juga mewawancarai setiap narasumber dengan pertanyaan yang sama. Peneliti juga akan mencatat poin – poin penting jawaban dari narasumber dan juga mendokumentasikan sesi wawancara. Narasumber

pada penelitian ini adalah pemilik sanggar tari Gema Citra Nusantara juga Ketua Pelaksana event Keunalahayati.

b. Observasi

Peneliti melaksanakan observasi untuk mempelajari mengenai perilaku, dan makna dari narasumber yang diteliti. Observasi merupakan metode pengambilan data dengan pengamatan langsung terhadap objek dengan meyeritakan seluruh indera.

c. Dokumentasi

Pada penelitian ini proses pengambilan dokumentasi didapatkan saat wawancara secara langsung dengan mendatangi sanggar tari Gema Citra Nudantara dengan narasumber yang terlibat.

5. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada peneitian ini menggunakan model Miles & Hubberman yang dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Reduksi data atau kategorisasi data

Peneliti memilah temuan yang didapat melalui teknik pengumpulan data yang berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hal tersebut dinilai paling relevan untuk digunakan dalam mendukung peelitian.

b. Penyajian data

Tahapan ini melampirkan data dari hasil yang sudah didapatkan dari reduksi atau kategorisasi data, dengan begitu maka akan mempermudah peneliti dalam menyusun bagian – bagian yang dilampirkan.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir yang berisi semua informasi penting yang ditemukan dalam penelitian setelah data diperoleh.

BAB II

GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini peneliti kan menjelaskan tentang gambaran umum dari event Keumalahayti dan organisasi Gema Citra Nusantara selau objek penelitian ini. Dalam bab ini juga akan membahas profil Gema Citra Nusantara dan bagaimana awal *event* Keumalahayati dilaksanakan.

A. Profil Gema Citra Nusantara

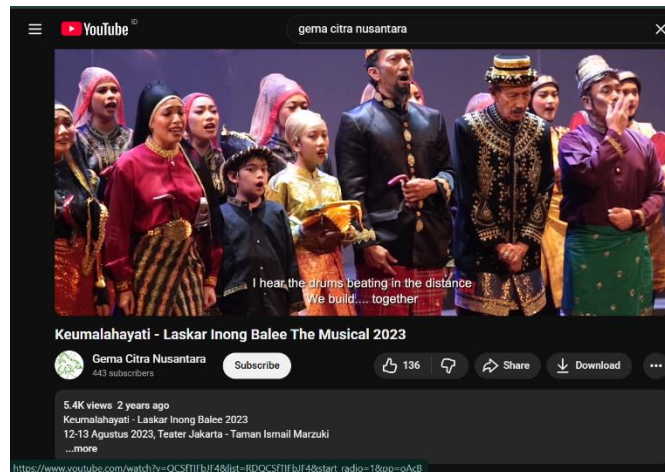
Gema Citra Nusantara merupakan organisasi ataupun sanggar seni tari yang berdiri pada tanggal 5 Desember 2004 yang terletak di Jakarta Selatan. Pada awalnya Gema Citra Nusantara didirikan karena keisengan 17 mahasiswa Universitas Indonesia yang datang untuk belajar menari sehingga terbentuknya organisasi menari Gema Citra Nusantara. Sebagai lembaga kebudayaan gema citra nusantara telah terdaftar resmi di Dinas Kebudayaan dan permuseuman Provinsi DKI Jakarta sehingga memiliki legalitas dalam menjalankan program serta aktivitas kesnian.

Gema Citra Nusantara ini berfokus pada upaya memperkenalkan kekayaan budaya Nusantara salah satunya kebudayaan Aceh kepada masyarakat luas terutama generai muda. Pendiri Gema Citra Nusantara yaitu Mira Marina Arisumandar menyebutkan bahwa ia mendirikan organisasi ini untuk dedikasi seniman Aceh yang terkena Tsunanmi. Hal ini diwujudkan melalui berbagai kegiatan, seeperti pelatihan tari, workshop budaya, partisipasi dalam festival seni, hingga berkolaborasi bidang seni pertunjukan.

Salah satu karya Gema Citra Nusantara yaitu pemantasan drama musikal yang berjudul “Keumalahayati: Laskar Inong Balee”, yang berkolaborasi bersama Papatong Artspace. *Event* Keumalahayati pertama kali dilaksanakan pada 19 Maret 2022 yang bertempat di Taman Ismail Marzuki. Pertunjukan ini mengangkat sosok Keumalahayati sebagai pahlwan perempuan janda dari Aceh yang pada jaman perang ditinggal oleh suaminya. *Event* Keumalahayati bertujuan menjadi media edukasi dan media promosi untuk menumbuhkan kesadaran generasi muda mengenani nilai – nilai perjuangan dan kepahlawanan. Pada saat ini *event* Keumalahayati menjadi event tahunan organisasi Gema Citra Nusantara.

B. Sejarah Terbentuknya Event Keumalahayati

Event Keumalahayati merupakan pertunjukan drama musikal yang diproduksi oleh Gema Citra Nusantara sebagai bentuk promosi budaya Aceh melalui seni pertunjukan modern. Lahirnya *event* ini tidak terlepas dari proses riset yang panjang serta kepedulian terhadap kurang dikenalnya tokoh perempuan Aceh dalam sejarah nasional.



Gambar 2. 1 *Event* Keumalahayati

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Pv5kb7iXE-Y&t=2175s>

Gagasan penyelenggaraan *Event* Keumalahayati telah dimulai sejak tahun 2014 melalui riset mendalam yang dilakukan oleh Ketua Umum Gema Citra Nusantara sekaligus Produser Eksekutif. Dalam proses riset tersebut ditemukan bahwa Keumalahayati merupakan Laksamana perempuan pertama di dunia yang berasal dari Aceh dan memiliki peran penting dalam perjuangan melawan penjajahan pada akhir abad ke-16. Meskipun memiliki nilai historis dan simbolik yang kuat, sosok Keumalahayati belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda.

Dorongan untuk mensosialisasikan kembali tokoh tersebut semakin menguat setelah Keumalahayati ditetapkan sebagai Pahlawan Nasional pada tahun 2017. Hal ini menjadi momentum penting bagi Gema Citra Nusantara untuk menghadirkan pertunjukan yang tidak hanya bersifat artistik, tetapi juga edukatif dan promotif terhadap budaya Aceh. Sebelum dipentaskan, proses perencanaan *event* diawali dengan riset historis yang diverifikasi melalui konsultasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh serta ahli waris Keumalahayati guna menjaga keautentikan narasi. Setelah melalui tahap kurasi, pementasan pertama *Event* Keumalahayati dilaksanakan di Teater Besar Taman Ismail Marzuki.

C. Visi dan Misi Gema Citra Nusantara

Visi dan misi Gema Citra Nusantara bukan hanya menjadikan tari sebagai hiburan atau hiburan semata, melainkan sebagai media pembentuk karakter (*character building*) bagi generasi muda. Melalui kegiatan seni tari Gema Citra Nusantara berupaya mencetak individu yang berbudaya, memiliki rasa hormat terhadap nilai – nilai leluhur serta mampu menjadikan seni tradisi sebagai bagian dari jati diri. Dengan demikian gema citra nusantara tidak hanya melahirkan penari yang terampil secara teknis, tetapi juga pribadi yang berkarakter, berbudaya, dan menghargai warisan budaya bangsa.

D. Logo Gema Citra Nusantara



Gambar 2. 2 Logo Organisasi Gema Citra Nusantara

Sumber: Gema Citra Nusantara (Sumber Primer)

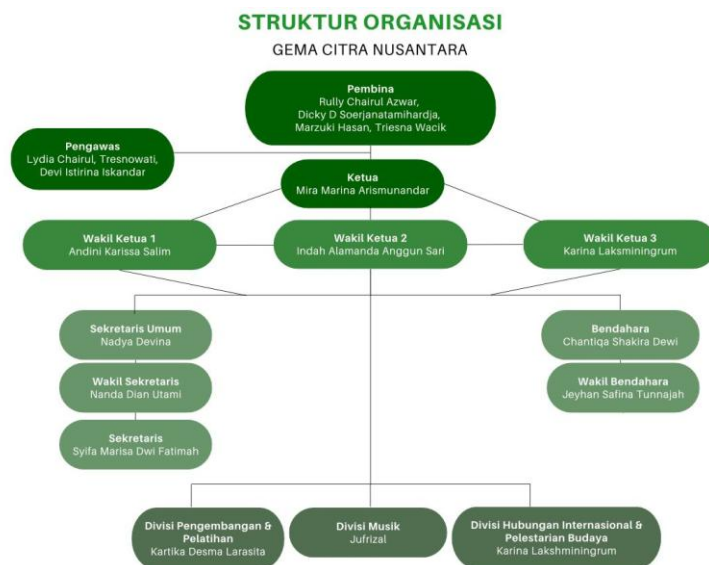
Logo berbentuk stilisasi kupu – kupu dengan dominasi warna hijau yang dihiasi motif spiral di setiap sayapnya. Kupu – kupu dipilih sebagai simbol transformasi, keindahan, dan keluwesan yang mencerminkan perjalanan individu dari tahap pembelajaran menuju kedewasaan. Motif spiral yang terletak di tiap sayap melambangkan dinamika budaya yang terus bergerak, berputar, dan berkembang seiring zaman, tetapi tetap berpijak pada akar tradisi.

Warna hijau menggambarkan kesengsaraan, kehidupan, dan harmoni sekaligus memberikan nuansa natural yang sekat dengan nilai – nilai budaya nusantara yang sarat kearifan lokal dan kecintaan pada alam. Sayap – sayap yang simetris mempresntasikan keseimbangan antara teknik dan jiwa, gerak dan makna, masa lalu dan masa depan.

E. Struktur organisasi

Dalam menjalankan aktifitas organisasi dan menjalankan event memerlukan struktur yang jelas agar setiap tanggung jawab dapat dijalankan secara efektif. Dengan adanya pembagian peran tersebut kegiatan organisasi dapat berlangsung secara teratur, efisien, dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Organisasi sendiri dipahami sebagai suatu kesatuan sosial yang terkoordinasi, memiliki batas-batas yang dapat diidentifikasi, serta beroperasi secara berkesinambungan untuk mewujudkan tujuan bersama (Robbins , 2023).

Struktur organisasi ataupun event menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan – hubungan diantara fungsi – fungsi bagian atau posisi maupun orang – orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda – beda dalam suatu organisasi.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Gema Citra Nusantara

Sumber: Gema Citra Nusantara (Sumber Primer)

F. Struktur Panitia Event Keumalahayati

- | | |
|----------------------------|---------------------------------------|
| 1. Produser Eksekutif | : Mira Marnia Arisumandar |
| 2. Produser | : Andini Karissa Salim |
| 3. Bendahara Keumalahayati | : Indah Alamanda Anggun |
| 4. Sutradara | : Teku Rifnu Wikana dan Krisna Aditya |
| 5. Komposer | : Leodet Tambunan |

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 6. Penulis Skenario | : Gema Satadana |
| 7. Perancang Tata Panggung | : Bulqini |
| 8. Penata Musik Tradisional dan Musik | : Jufrizal Asep Supriatna |
| 9. Pelatih Vokal | : Helen Nanholy dan Irlanto |
| 10. Penata Cahaya | : Mamed Slasov |
| 11. Koreografer | : Wiwiek HW dan Poppy Parisa |
| 12. Asisten Koreografer | : Amelia Athari |
| 13. Penata Kostum | : Iriene Prinka Rajab, Kismawan, dan
Lin Indrawati |

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan hasil temuan dan pembahasan mengenai analisis manajemen *event* keumalahayati dalam mempromosikan budaya aceh. Penelitian ini akan menjawab rumusan masalah penelitian yaitu “Bagaimana analisis manajemen *event* Keumalahayati dalam mengedukasi masyarakat terhadap pelestarian budaya aceh?”. Oleh karena itu peneliti akan menjabarkan data – data yang telah diperoleh menjadi beberapa bagian yang kemudian akan dianalisis secara deskriptif. Sebelum itu peneliti akan melakukan wawancara terhadap beberapa sumber yakni Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Produser Eksekutif Keumalahayati, Wakil Ketua 1 Gema Citra Nusantara dan Produser Keumalahayati, Wakil Ketua 2 Gema Citra Nusantara dan Bendahara Keumalahayati, penonton Keumalahayati 2022 dan 2023.

Tabel 3. 1 Narasumber

Nama Narasumber	Waktu Wawancara	Jabatan
Mira Marina Arismunandar	13 September 2025	Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Produser Eksekutif Keumalahayati
Indah Alamanda Anggun	13 September 2025	Wakil Ketua 2 Gema Citra Nusantara dan Bendahara Keumalahayati
Sarah Amalia Rabbani	1 Desember 2025	Penonton Keumalahayati 2023
Luthfiah Putri Pamungkas	1 Desember 2025	Penonton Keumalahayati 2022 dan 2023
Andini Karissa Salim	13 Desember 2025	Wakil Ketua 1 Gema Citra Nusantara dan Produser Keumalahayati

A. HASIL TEMUAN

Berdasarkan hasil observasi dan penelitian yang dilakukan Keumalahayati merupakan sebuah pertunjukan drama musikan yang pertama kali diproduksi pada tahun 2022 oleh organisasi seni Gema Citra Nusantara (GCN) berkerja sama dengan Papatong Artspace. Pertunjukan ini menjadi salah satu karya besar Gema Citra

Nusanantara yang mengangkat kisah sejarah Laksamana Keumalahayati pahlawan perempuan asal Aceh yang dikenal sebagai laksamana perempuan pertama di dunia.

Pada awalnya, Mira Marnia Arisumandar mendirikan organisasi Gema Citra Nusantara sebagai wadah *non-profit* untuk pembinaan seni dan pelestarian budaya. Organisasi ini didirikan pada 5 Desember 2004 dan berawal dari inisiatif Mira bersama 17 mahasiswa Universitas Indonesia yang tertarik belajar seni tari. Pembentukan Gema Citra Nusantara juga dilatarbelakangi oleh keinginan untuk memberikan dedikasi serta penghormatan kepada para seniman Aceh yang terdampak bencana tsunami pada tahun 2004. Sejak saat itu, Gema Citra Nusantara berkembang menjadi ruang belajar dan berkarya bagi generasi penerus yang ingin mendalami seni tari, musik, dan pertunjukan tradisional, sekaligus menjadi lembaga yang aktif memproduksi karya seni bernilai budaya.

Menurut Mira Maria Arisumandar selaku ketua umum Gema Citra Nusantara sekaligus Produser Eksekutif Keumalahayati yang tujuan utama penyelenggaraan pertunjukan ini adalah untuk memperkenalkan kembali sosok Keumalahayati kepada masyarakat luas khususnya generasi muda serta membantu pemerintah dalam mensosialisasikan nilai – nilai budaya Aceh. Ia menekankan bahwa banyak masyarakat yang belum mengenal secara mendalam sosok Keumalahayati meskipun beliau resmi dinobatkan sebagai Pahlawan Nasional pada tahun 2017.

“jadi kita masih puya tugas nih untuk membantu pemerintah mensosialisasikan beliau karena banyak sekali orang yang belum tahu tentang Keumalahayati ini.” (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Dengan latar belakang historis dan komitmen organisasi tersebut, tercetuslah gagasan untuk menghadirkan drama musikal Keumalahayati sebagai bentuk kontribusi nyata Gema Citra Nunsatara dalam mempromosikan budaya Aceh dan memperkuat literasi sejarah mengenai tokoh perempuan Indonesia yang memiliki pengaruh penting dalam perjuangan bangsa.

1. Awal Mula Gagasan Penyelenggaraan *Event* Keumalahayati

a. *Reasearch* tahun 2022 (tahapan fondasi dan validasi historis)

Tahapan *research* pada penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2022 merupakan fase fundamental yang menjadi landasan utama

keseluruhan proses manajemen *event*. Sebagai penyelenggaraan perdana, tahap ini tidak hanya berfungsi sebagai pengumpulan informasi awal tetapi juga sebagai proses legimitasi konseptual dan historis terhadap narasi yang akan dipentaskan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan produser eksekutif *event* Keumalahayati yaitu Mira Marina Arisumandar, riset terhadap sosok Laksamana Keumalahayati telah dilakukan jauh sebelum event diproduksi, yakni sejak tahun 2014.

“saya sebenarnya sudah reaserch sudah dari tahun 2014 dan saya membaca bahwa sosok Keumalahayati ini adalah seorang yang gigih laksamana pertama perempuan di dunia yang ternyata dari Indonesia dan mempunyai jiwa yang luar biasa banyak nilai – nilai yang positif yang ada di Kumalahayati dan juga menurut saya nilai positif itu yang bisa menjadi inspirasi bagi adik – adik sekarang.” (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa gagasan penyelenggaraan *event* tidak muncul secara instan melainkan melalui proses refleksi dan kajian yang cukup panjang. Padaa tahun 2022 fokus utama riset diarahkan pada penguatan aspek historis dan keakuratan narasi. Tim Gema Citra Nusantara melakukan penelusuran literatur sejarah, mengkaji naskah akademik, serta meneliti arsip – arsip terkait Kesultanan Aceh abad ke – 16. riset ini bertujuan memastikan bahwa penggambaran sosok Keumalahayati dalam pertunjukan tetap sesuai dengan fakta sejarah dan tidak mengalami distorsi dramatik yang berlebihan.

Selain mengandalkan sumber tertulis proses verifikasi juga dilakukan secara langsung dengan ahli waris dan sejarahwan Aceh. Hal ini ditegaskan kembali oleh Mira Marnia Arismunandar.

“ Kita membuat ini juga enggga sembarang, setelah melakukan research juga kita menghubungi ahli waris jadi kita sudah seizin”. (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Langkah tersebut menunjukkan bahwa adanya tanggung jawab moral dan kultural dalam mengangkat tokoh sejarah sebagai materi pertunjukan publik. Dengan demikian, research tahun 2022 berfungsi sebagai upaya legitimasi, baik secara historis maupun sosial, sehingga pertunjukan yang dihasilkan tidak hanya bersifat estetik, tetapi juga memiliki nilai otentik dan kredibel.

Selain riset historis, pada tahun 2022 juga dilakukan riset audiens awal untuk mengidentifikasi potensi minat generasi muda terhadap tema kepahlawanan perempuan dalam format drama musikal modern. Temuan awal menunjukkan bahwa generasi muda cenderung lebih responsif terhadap karya seni yang memadukan hiburan dengan nilai edukasi. Hal ini menjadi dasar keyakinan bahwa drama musikal dapat menjadi medium efektif dalam memperkenalkan sosok Keumalahayati kepada publik yang lebih luas.

Riset pada tahun 2022 juga mencakup aspek kelayakan produksi. Sebelum dipentaskan di Taman Ismail Marzuki, konsep pertunjukan harus melalui proses kurasi oleh Dewan Kesenian Jakarta. Kurasi ini menjadi bentuk penilaian profesional terhadap kualitas artistik, kesiapan produksi, serta kelayakan konsep secara keseluruhan. Lolosnya proses kurasi tersebut memperkuat posisi *event* Keumalahayati sebagai karya seni pertunjukan yang memenuhi standar profesional.

Tahap riset dalam *event* Keumalahayati mengalami perkembangan yang signifikan antara tahun 2022 dan 2023. Tahun 2022 berfungsi sebagai fase pembentukan fondasi historis dan legitimasi konseptual, sedangkan tahun 2023 menjadi fase evaluasi dan pengembangan strategis berdasarkan pengalaman empiris dan respons audiens. Perkembangan ini menunjukkan bahwa manajemen event yang diterapkan bersifat dinamis dan adaptif, tanpa mengabaikan prinsip keotentikan budaya sebagai inti dari penyelenggaraan acara.

b. *Research* Tahun 2023 (Tahap Evaluatif dan Pengembangan Kualitas)

Berbeda dengan tahun 2022 yang berfokus pada penguatan legitimasi historis, tahap research pada tahun 2023 lebih bersifat evaluatif dan pengembangan kualitas. Pada fase ini, penyelenggara tidak lagi mempertanyakan validitas dasar narasi sejarah, karena fondasi tersebut telah

dibangun pada tahun sebelumnya. Sebaliknya, riset tahun 2023 diarahkan pada penyempurnaan implementasi dan peningkatan daya tarik pertunjukan.

Metode riset sejarah tetap menggunakan pendekatan konsultatif dengan otoritas budaya dan pihak terkait. Konsistensi ini penting untuk menjaga kesinambungan narasi dan memastikan bahwa pengembangan artistik tidak mengurangi keotentikan sejarah. Dengan demikian inovasi yang dilakukan tetap berada dalam kerangka nilai historis yang telah tervalidasi.

Pada tahun 2023 riset lebih banyak berfokus pada respons audiens setelah pelaksanaan tahun 2022. Evaluasi menunjukkan bahwa penonton tidak hanya tertarik pada kronologi sejarah tetapi juga pada aspek konflik, perjuangan, dan nilai pemberdayaan perempuan yang terkandung dalam cerita. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Produser *event* Keumalahayati Andini Karissa Salim

“Mereka ingin melihat perjuangan, konflik, dan nilai empowerment, bukan sekadar kronologi sejarah. Ini yang membuat kami memilih drama musikal modern sebagai format utama agar pesan sejarah bisa terasa lebih hidup.” (Andini Karissa Salim, Wakil Ketua 1 Gema Citra Nusantara dan Produser Keumalahayati, 13 Desember 2025).

Temuan tersebut menjadi dasar pengembangan dramatik pada tahun 2023 di mana alur cerita disempurnakan agar konflik lebih terasa secara emosional dan nilai *empowerment* lebih menonjol. Jika pada tahun 2022 fokus utama adalah memastikan keakuratan sejarah, maka pada tahun 2023 fokus bergeser pada bagaimana menyampaikan pesan sejarah secara lebih komunikatif dan relevan bagi generasi muda.

Selain itu riset tahun 2023 juga mencakup penguatan aspek artistik termasuk penyempurnaan dinamika panggung dan pengembangan visual pertunjukan agar lebih menarik. Meskipun demikian perubahan tersebut tetap mempertahankan pendekatan konsultatif sebagai bentuk tanggung jawab terhadap nilai budaya yang diangkat.

2. Tahapan Desain (*Design*) Event Keumalahayati

a. Tahapan desain tahun 2022 (Pembentukan konsep artistik)

Tahap design pada penyelenggaraan Event Keumalahayati tahun 2022 merupakan fase awal ketika gagasan konseptual yang telah melalui proses

research atau riset mulai diterjemahkan ke dalam bentuk pertunjukan yang konkret. Sebagai pelaksanaan pertama, desain tahun 2022 berfokus pada pembentukan fondasi identitas artistik sekaligus memastikan bahwa pesan utama yang ingin disampaikan benar-benar terstruktur dan terarah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Andini Karissa Salim selaku Produser Keumalahayati, format drama musikal dipilih secara sadar karena dianggap mampu menyampaikan pesan sejarah secara komunikatif dan tidak menggurui.

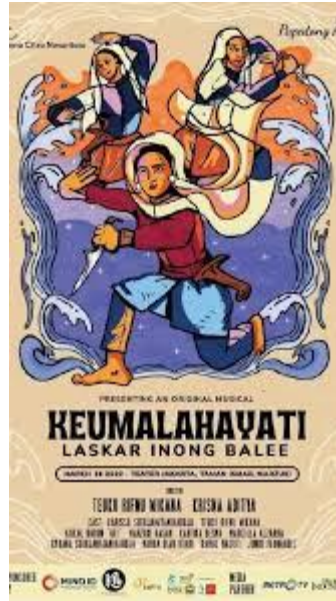
“Karena drama musikal memungkinkan kami menyatukan banyak elemen sekaligus tari, musik, dialog, dan visual. Format ini lebih fleksibel dan komunikatif, sehingga cerita sejarah bisa disampaikan tanpa terasa menggurui, terutama untuk audiens non-Aceh.” (Andini Karissa Salim, Wakil Ketua 1 dan Produser Keumalahayati, 13 Desember 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa desain tahun 2022 tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga pada strategi komunikasi pesan. Setelah format ditetapkan, proses desain dilanjutkan melalui diskusi intensif bersama tim kreatif dari Papatong Artspace yang terdiri atas sutradara, penulis skenario, koreografer, penata musik, hingga penata artistik. Kolaborasi lintas disiplin ini menandakan bahwa proses desain dilakukan secara kolektif dan terstruktur, bukan berbasis pada satu individu saja.

Secara visual, tahun 2022 menekankan penguatan identitas budaya Aceh melalui pemilihan warna, simbol, serta elemen estetika yang khas.

“Kalo untuk desain visualnya kami mempertimbangkan unsur estetika sih. kaya kita banyak ambil inspirasi warna - warna khas Aceh seperti merah, emas, dan hitam yang melambangkan keberanian, keagungan, sama kekuatan.” (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Penggunaan warna merah, emas, dan hitam menjadi identitas visual utama yang konsisten diterapkan pada poster, kostum, dan elemen panggung. Poster menampilkan ilustrasi sosok Laksamana Keumalahayati yang memegang rencong sebagai simbol keberanian dan kehormatan. Komposisi visual tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai representasi nilai historis dan kebanggaan budaya Aceh.



Gambar 3. 1 Poster *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Sumber: Instagram @paptongartspace

Dalam aspek koreografi koreografi, desain tahun 2022 mengambil inspirasi dari gerakan tari tradisional Aceh seperti Saman dan Ratoh Jaroe, namun tetap disesuaikan dengan kebutuhan dramatik.

“ohh kali dari unsur budaya Aceh yang tarinya mungkin kita banyak mengambil inspirasi gerakan - gerakan tradisional Aceh Kaya saman, ratoh jaroe tapi tentu saja disesuaikan ya dengan kebutuhan pangan dan jalan cerita jadi gerakan tetap punya rasa tradisional tapi dikemas lebih teatrikal biar cocok untuk drama musikal” (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).



Gambar 3. 2 Penampilan Tarian Ratoh Jaroe Event Keumalahayati Tahun 2022

Sumber: <https://jakarta.hallo.id/even/pr-2302999802/gema-citra-nusantara-pentaskan-teater-musikal-laskar-inong-balee-kisah-laksamana-keumalahayati>

Musik pada tahun 2022 juga dirancang sebagai perpaduan antara tradisional dan modern. Instrumen khas Aceh seperti rapa'i dan serune kalee digunakan sebagai fondasi musikal yang kemudian diperkaya dengan sentuhan instrumen modern untuk membangun suasana dramatik.

“Untuk musiknya juga penting banget ituu. kita itu gabungin alat musik tradisional aceh seperti rapa'i dan serune kalee dengan sentuhan modern buat ngebangun susana tapi tetap punya identitas khas aceh.” (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Pada tahun 2022 tata panggung masih relatif sederhana. Elemen visual lebih banyak didukung oleh penggunaan layar digital serta properti dasar seperti tangga dan bebatuan untuk mendukung suasana adegan. Fokus utama desain tahun pertama adalah memastikan bahwa identitas budaya Aceh tersampaikan dengan jelas dan tidak keluar dari nilai historis yang telah divalidasi pada tahap research.



Gambar 3. 3 Tata Panggung *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Sumber : <https://www.antaranews.com/berita/2770673/wagub-dki-ajak-generasi-muda-teladani-semangat-juang-keumalahayati>

Dengan demikian, design tahun 2022 dapat dipahami sebagai tahap pembentukan fondasi artistik, di mana identitas budaya, format dramatik, dan struktur visual ditetapkan secara hati-hati.

b. Tahapan desain tahun 2023

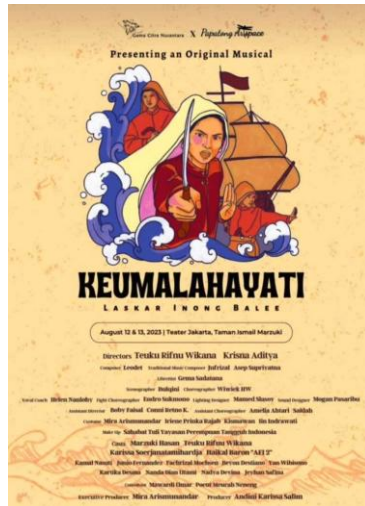
Berbeda dengan tahun 2022 yang berorientasi pada pembentukan dasar konsep tahap desain pada tahun 2023 menunjukkan arah pengembangan yang lebih berani dan ekspresif. Pengalaman penyelenggaraan tahun sebelumnya memberikan ruang bagi tim kreatif untuk melakukan eksplorasi yang lebih dinamis tanpa menghilangkan identitas budaya Aceh sebagai inti pertunjukan.

Secara konseptual, format drama musikal tetap dipertahankan karena dinilai efektif dalam menyampaikan pesan sejarah. Namun, pada tahun 2023, penguatan dilakukan pada aspek dramatik dan visual agar konflik dan emosi terasa lebih intens bagi penonton. Pengembangan ini tidak mengubah substansi budaya, melainkan memperkaya cara penyampaian agar lebih relevan dengan audiens.

Dalam aspek musik instrumen tradisional tetap menjadi fondasi, tetapi penggabungan dengan elemen modern dilakukan secara lebih halus dan strategis untuk memperkuat suasana dramatik pada adegan-adegan tertentu. Koreografi juga mengalami penyempurnaan dalam dinamika panggung sehingga pergerakan terasa lebih energik dan teatrikal dibandingkan tahun sebelumnya.

Poster tahun 2023 tetap mempertahankan identitas warna khas Aceh yaitu merah, emas, dan hitam sebagai simbol keberanian, keagungan, dan kekuatan. Namun secara komposisi visual, poster 2023 tampil lebih tegas dan ilustratif dibandingkan tahun sebelumnya.

Visual utama menampilkan sosok Laksamana Keumalahayati sebagai figur sentral yang digambarkan memegang rencong dengan ekspresi yang kuat dan penuh ketegasan. Sosok tersebut ditempatkan di bagian tengah sebagai titik fokus utama, menegaskan posisi Keumalahayati sebagai pusat narasi pertunjukan. Di bagian belakang terlihat ilustrasi kapal perang dan elemen ombak yang merepresentasikan kejayaan maritim Kesultanan Aceh serta peran Keumalahayati sebagai pemimpin armada Inong Balee.



Gambar 3. 4 Poster *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Sumber: <https://trenzindonesia.com/news/teater-musikal-keumalahayati-laskar-inong-balee/>

Komposisi visual yang menampilkan ombak, kapal, dan figur perempuan yang dominan menciptakan kesan heroik sekaligus dramatis. Elemen ombak yang mengelilingi tokoh utama memperkuat simbol perjuangan dan dinamika konflik yang diangkat dalam drama musikal. Penggunaan latar berwarna krem keemasan memberikan kesan klasik dan historis, sekaligus memperkuat nuansa epik dari kisah kepahlawanan tersebut.

Pada penyelenggaraan tahun 2023, aspek koreografi dan visual tari mengalami penguatan yang cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini terlihat dari komposisi panggung yang lebih dinamis dan formasi penari yang dirancang secara simetris serta teatral. Dalam dokumentasi pertunjukan, terlihat para penari mengenakan busana bernuansa emas dengan aksen hitam yang tetap mempertahankan identitas warna khas Aceh namun dikemas dengan potongan kostum yang lebih panggung-oriented sehingga mendukung mobilitas dan ekspresi dramatik.

Gerakan tari yang ditampilkan masih mengambil inspirasi dari tari tradisional Aceh seperti Saman dan Ratoh Jaroe yang dikenal dengan kekompakan, tempo ritmis, serta kekuatan gerak tangan dan tubuh bagian atas. Namun dalam versi drama musikal ini, koreografi dikembangkan dengan eksplorasi level panggung yang lebih variatif. Terlihat adanya

perpaduan antara posisi berdiri, setengah duduk, hingga posisi rendah menyentuh lantai, yang menciptakan dimensi visual bertingkat. Formasi ini memperkuat kesan heroik sekaligus menunjukkan solidaritas pasukan Inong Balee yang menjadi representasi kekuatan perempuan Aceh.



Gambar 3. 5 Penampilan Tarian Ratoh Jaroeh *Event* Keumalahayati 2023

Sumber: <https://papatongart.space/2023/08/29/pertunjukan-teater-musikal-keumalahayati-laskar-inong-balee-ii/>

Perubahan paling signifikan antara penyelenggaraan tahun 2022 dan 2023 terlihat pada desain panggung serta penggunaan properti yang jauh lebih kompleks dan monumental. Jika pada tahun 2022 tata panggung masih relatif sederhana dengan dukungan visual digital dan properti dasar seperti tangga, bebatuan, serta pencahayaan sebagai pembangun suasana, maka pada tahun 2023 skala artistik ditingkatkan secara visual dan struktural. Panggung tidak lagi hanya menjadi ruang pertunjukan, tetapi berubah menjadi representasi ruang sejarah yang imersif.

Pada tahun 2023, penambahan properti fisik seperti miniatur kapal perang menjadi elemen sentral dalam desain panggung. Kapal tersebut tidak hanya berfungsi sebagai latar visual, melainkan sebagai simbol kejayaan maritim Kesultanan Aceh sekaligus penegasan identitas Keumalahayati sebagai laksamana perempuan yang memimpin pasukan Inong Balee di lautan. Kehadiran kapal di atas panggung memberikan dimensi ruang yang lebih nyata dan memperkuat atmosfer dramatik, sehingga penonton dapat merasakan konteks sejarah secara lebih konkret.



Gambar 3. 6 Tata Panggung *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Sumber: website <https://papatongart.space/2023/08/29/pertunjukan-teater-musikal-keumalahayati-laskar-inong-balee-ii/>

Tahun 2023 bukan sekadar penambahan dekorasi tetapi merupakan bagian dari strategi visual untuk memperkuat pesan simbolik. Warna, tekstur, dan bentuk properti diselaraskan dengan identitas budaya Aceh sehingga keseluruhan panggung menjadi representasi nilai keberanian, ketegasan, dan kekuatan yang melekat pada sosok Keumalahayati.

Selain miniatur kapal, tata panggung tahun 2023 juga menampilkan lebih banyak elemen fisik seperti ornamen kain khas Aceh, struktur panggung bertingkat serta detail properti yang mendukung adegan peperangan dan kepemimpinan. Elemen-elemen ini menciptakan kedalaman visual yang sebelumnya belum terlalu dominan pada tahun 2022. Dengan adanya struktur panggung bertingkat, blocking pemain menjadi lebih dinamis dan dramatik, sehingga komposisi visual terlihat lebih megah dan sinematik.

Melalui peningkatan desain panggung dan penggunaan properti yang lebih monumental, elemen visual menjadi bagian integral dalam penyampaian cerita. Kapal perang tidak hanya menjadi latar, tetapi juga menjadi simbol kepemimpinan dan strategi militer Keumalahayati. Kehadirannya memperkuat pesan bahwa perjuangan perempuan dalam sejarah bukanlah simbolik semata, melainkan nyata dan memiliki dampak besar dalam konteks maritim Nusantara.

Dengan demikian, desain panggung tahun 2023 menunjukkan perkembangan signifikan dari segi kualitas produksi, kedalaman simbolik, serta efektivitas komunikasi visual. Jika pada tahun 2022 fokus utama

adalah membangun fondasi identitas budaya yang jelas dan autentik, maka pada tahun 2023 desain panggung telah berkembang menjadi media naratif yang kuat, imersif, dan lebih ekspresif dalam menggambarkan kejayaan sejarah Aceh.

3. Tahapan Perencanaan (*Planning*) *Event* Keumalahayati

Tahapan perencanaan merupakan bagian paling fundamental dalam penyelenggaraan drama musikal Keumalahayati oleh Gema Citra Nusantara (GCN). Berdasarkan hasil wawancara perencanaan *event* Keumalahayati dimulai dari penyusunan komponen utama pertunjukan yang dilakukan secara komprehensif dan terstruktur. Komponen inti yang direncanakan meliputi:

a. Konsep cerita (*Storyline*)

Storyline atau konsep cerita berperan sebagai kerangka naratif yang mengarahkan keseluruhan alur pertunjukan, mulai dari pembukaan, konflik, hingga penyampaian pesan utama kepada penonton. Dalam konteks ini, konsep cerita tidak hanya berfungsi sebagai alur dramatik, tetapi juga sebagai media penyampaian nilai sejarah dan makna perjuangan tokoh Keumalahayati agar dapat dipahami secara luas oleh berbagai lapisan audiens. ‘

‘kalo komponen penting yang pertama sih pastinya konsep cerita. jadi ketika konsep cerita tentang Keumalahayati ini bisa tersampaikan dengan baik, jelas pasti bisa diterima sama semua penontonnya.’ (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Konsep cerita menjadi prioritas utama dalam tahapan perancangan *event*. Kejelasan narasi dipandang sebagai kunci agar pesan sejarah dan nilai perjuangan Laksamana Keumalahayati dapat tersampaikan secara efektif terutama kepada audiens yang memiliki latar belakang pengetahuan sejarah yang beragam. Dengan konsep cerita yang kuat dan terstruktur pertunjukan diharapkan tidak hanya menghadirkan hiburan tetapi juga mampu membangun pemahaman serta ketertarikan penonton terhadap tokoh Keumalahayati sebagai figur perempuan yang merepresentasikan keberanian dan

kepemimpinan. *Storyline* berperan sebagai kerangka naratif yang mengarahkan keseluruhan alur pertunjukan, mulai dari pembukaan, konflik, hingga penyampaian pesan utama kepada penonton. Dalam konteks ini, konsep cerita tidak hanya berfungsi sebagai alur dramatik, tetapi juga sebagai media penyampaian nilai sejarah dan makna perjuangan tokoh Keumalahayati agar dapat dipahami secara luas oleh berbagai lapisan audiens. ‘

‘kalo komponen penting yang pertama sih pastinya konsep cerita. jadi ketika konsep cerita tentang Keumalahayati ini bisa tersampaikan dengan baik, jelas pasti bisa diterima sama semua penontonnya.’ (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Konsep cerita menjadi prioritas utama dalam tahapan perancangan *event*. Kejelasan narasi dipandang sebagai kunci agar pesan sejarah dan nilai perjuangan Laksamana Keumalahayati dapat tersampaikan secara efektif terutama kepada audiens yang memiliki latar belakang pengetahuan sejarah yang beragam. Dengan konsep cerita yang kuat dan terstruktur pertunjukan diharapkan tidak hanya menghadirkan hiburan tetapi juga mampu membangun pemahaman serta ketertarikan penonton terhadap tokoh Keumalahayati sebagai figur perempuan yang merepresentasikan keberanian dan kepemimpinan.

b. Elemen artistik

1) Elemen Artistik 2022

Pada penyelenggaraan tahun 2022, elemen artistik masih berfokus pada penguatan simbolik dengan dukungan properti fisik yang terbatas. Tata panggung pada tahun pertama ini relatif sederhana dan belum menggunakan banyak struktur dekoratif permanen. Properti utama yang digunakan berupa tangga sebagai elemen panggung bertingkat, sementara visualisasi latar adegan lebih banyak memanfaatkan media

digital melalui layar (visual screen) sebagai penunjang suasana.

Penggunaan tangga memiliki fungsi dramatik sekaligus simbolik. Secara teknis, tangga membantu menciptakan level panggung sehingga *blocking* pemain menjadi lebih variatif. Secara simbolik, struktur bertingkat tersebut merepresentasikan hierarki kekuasaan dan kepemimpinan dalam narasi. Namun secara keseluruhan, pendekatan artistik tahun 2022 masih bersifat minimalis dan mengandalkan kreativitas pencahayaan serta proyeksi visual untuk membangun konteks ruang.

Adegan pertempuran laut yang menjadi klimaks cerita merupakan tantangan terbesar pada tahun tersebut. Karena tidak menggunakan properti kapal fisik, tim kreatif harus memaksimalkan kekuatan lighting, musik, serta koreografi untuk membangun ilusi peperangan.

“Hmm yang paling menantang itu adegan pertempuran di laut. Kami nggak mungkin bawa kapal beneran ke panggung, kan? Jadi yang di tahun pertama 2022 tantangannya adalah gimana caranya kita bikin penonton percaya ada perang besar cuma pakai lighting, musik yang menggugah, dan koreografi penari. Kami harus mikir ekstra keras di situ, karena itu klimaksnya”. (Andini Karissa Salim, 13 Desember 2025).



Gambar 3. 7 Properti *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Sumber: website

<https://www.fajarsumbar.com/2022/03/gelar-teater-musikal-malahayati-tni-al.html>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2022 pendekatan artistik lebih mengandalkan kekuatan simbolis dan imajinatif. Visual digital melalui layar digunakan untuk menghadirkan suasana laut, ombak, maupun latar peperangan, sementara lighting membangun atmosfer dramatis. Koreografi penari menjadi representasi gerak konflik, sehingga penonton diajak membayangkan skala peperangan tanpa kehadiran properti fisik yang besar.

2) Elemen artistik 2023

Pada penyelenggaraan tahun 2023, elemen artistik mengalami perkembangan yang signifikan sebagai bentuk evaluasi dan penyempurnaan dari tahun sebelumnya. Meskipun tetap mengintegrasikan kebutuhan teknis panggung modern dan nilai budaya Aceh, pendekatan yang digunakan menjadi lebih konkret dan representatif secara visual.

Jika pada tahun 2022 peperangan laut dibangun melalui simbolisasi lighting, musik, dan koreografi, maka pada tahun 2023 dilakukan inovasi berupa penambahan properti fisik kapal untuk memperkuat representasi adegan. Keputusan ini merupakan bentuk adaptasi desain yang mempertimbangkan kemudahan audiens dalam memahami konteks visual pertunjukan.

“Nah di tahun 2023 kita mutusin untuk menambahkan properti kapal–kapalan biar penonton tergambarkan bagaimana set yang sebenarnya.” (Andini Karissa Salim, 13 Desember 2025).



Gambar 3. 8 Properti Event Keumalahayati Tahun 2023

Sumber: [GCN & Papatong Artspace, Insiator Pertama Pementasan Musikal Keumalahayati-Laskar Inong Balee - Xpose Indonesia](#)

Penambahan properti kapal ini menunjukkan pergeseran strategi artistik dari pendekatan simbolik menuju pendekatan semi-realistis. Kapal tidak hanya menjadi elemen dekoratif, tetapi berfungsi sebagai simbol konkret kejayaan maritim Kesultanan Aceh dan mempertegas posisi Keumalahayati sebagai laksamana perempuan. Kehadiran properti fisik tersebut membantu membangun ruang pertunjukan yang lebih imersif dan memperkaya pengalaman visual penonton.

Selain penambahan properti, integrasi antara lighting, musik, dan koreografi tetap dipertahankan, namun dengan koordinasi yang lebih matang untuk mendukung elemen panggung yang lebih kompleks. Hal ini menunjukkan bahwa fase desain tidak berhenti pada ide kreatif semata, melainkan berkembang menjadi strategi adaptif yang mempertimbangkan efektivitas komunikasi visual.

c. Tim produksi dan pembagian kerja

Tim produksi mengatur teknis pelaksanaan mulai dari latihan hingga koordinasi artistik. Keberadaan tim produksi memiliki peran yang sangat sentral dalam memastikan seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai rencana. Tim produksi dibagi menjadi 6 divisi yaitu

penulis skenario, penata musik, pelatih vokal, kostum, *lighting*, dan koreografer.

“kalo untuk pembagian tugas karena kami berkolaborasi dengan papatong art space kita juga bekerjasama dengan mereka untuk membagi tim. kami membagi tim menjadi 6 ada penulis skenario, penata musik, pelatih vokal, kostum, lighting, sama koreografer.” (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).

Pembagian kerja dalam tim produksi dilakukan secara sistematis untuk menghindari tumpang tindih tugas. Setiap divisi diberikan tanggung jawab yang spesifik sesuai bidang keahliannya. Misalnya penulis skenario bertanggung jawab menyusun alur cerita dan naskah pertunjukan penata musik memastikan komposisi musik tradisional Aceh dapat berpadu dengan sentuhan modern pelatih vokal mengatur kebutuhan suara pemain; tim kostum memastikan desain busana dan properti sesuai karakter yang ditampilkan tim *lighting* mengatur pencahayaan panggung, koreografer merancang gerakan tari yang mendukung narasi cerita. Seluruh divisi tersebut bekerja dalam koordinasi yang dipusatkan pada tim produksi agar rancangan artistik dapat dipadukan dengan kebutuhan teknis secara harmonis.



Gambar 3. 9 Tim Produksi *Event* Keumalahayati Tahun 2022 dan 2023

Sumber: Instagram @gemacitrausantara

Tim produksi juga bertanggung jawab dalam menyusun jadwal latihan intensif yang berlangsung sejak tiga bulan sebelum hari pertunjukan. Penjadwalan dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan tempat latihan, waktu pemain, serta perkembangan persiapan dari tiap divisi artistik. Selain itu, tim produksi wajib melakukan penyesuaian jadwal apabila terjadi perubahan mendadak, terutama jika berkaitan dengan revisi konsep kreatif atau kebutuhan teknis yang baru muncul selama proses persiapan.

Dalam hal pengambilan keputusan, tim produksi menjadi pihak yang memastikan bahwa setiap perubahan konsep artistik tetap dapat diimplementasikan tanpa mengganggu batas anggaran maupun timeline produksi. Hal ini sejalan dengan pernyataan narasumber bahwa koordinasi antara produksi dan tim kreatif selalu berlangsung intens, mengingat setiap perubahan pada dekorasi, tata panggung, maupun konsep visual memiliki dampak langsung pada anggaran dan teknis pertunjukan.

Selain itu, tim produksi juga memegang peran penting dalam proses gladi kotor, gladi bersih, serta *technical rehearsal*. Pada tahap ini, tim produksi memastikan seluruh elemen pencahayaan, audio, musik, properti, panggung, dan alur pergerakan talent dapat berjalan secara sinkron. Seluruh potensi kendala teknis diantisipasi melalui komunikasi cepat yang difasilitasi oleh sistem komunikasi internal seperti grup WhatsApp divisi serta briefing harian sebelum latihan dan pertunjukan berlangsung.

d. Strategi promosi

Strategi promosi dalam penyelenggaraan *event* Keumalahayati menjadi salah satu aspek yang direncanakan secara matang oleh Gema Citra Nusantara. mengingat tujuan utama *event* ini tidak hanya menghadirkan pertunjukan seni, tetapi juga memperkenalkan sosok Keumalahayati dan budaya Aceh kepada publik yang lebih luas. Upaya promosi dilakukan melalui pendekatan yang terstruktur, memadukan metode konvensional dan digital untuk memastikan penyebaran informasi yang merata dan efektif. Promosi berbasis media sosial menjadi strategi yang paling dominan digunakan. Melalui akun

Instagram resmi Gema Citra Nusantara, berbagai konten informatif dan visual dipublikasikan secara berkala, seperti teaser pertunjukan, potret proses latihan, cuplikan musik dan koreografi, serta konten edukatif mengenai sejarah Keumalahayati. Narasumber menyatakan bahwa penggunaan media sosial dipilih karena lebih mudah menjangkau masyarakat, khususnya generasi muda.

1) Strategi promosi *event* Keumalahayati 2022

Pada penyelenggaraan tahun 2022, strategi promosi *event* Keumalahayati dirancang secara terstruktur oleh Gema Citra Nusantara dengan tujuan tidak hanya menghadirkan pertunjukan seni, tetapi juga memperkenalkan sosok Keumalahayati serta nilai-nilai budaya Aceh kepada masyarakat luas. Sebagai tahun pelaksanaan pertama, promosi difokuskan pada upaya membangun awareness dan legitimasi publik terhadap *event* yang mengangkat narasi sejarah kepahlawanan perempuan.

Pendekatan promosi yang digunakan memadukan metode konvensional dan digital. Media sosial, khususnya Instagram resmi Gema Citra Nusantara, menjadi saluran utama dalam menyebarkan informasi. Berbagai konten dipublikasikan secara berkala, seperti *teaser* pertunjukan, dokumentasi proses latihan, cuplikan musik dan koreografi, serta konten edukatif mengenai sejarah Keumalahayati. Pemilihan media sosial didasarkan pada pertimbangan efektivitas jangkauan, terutama untuk menysasar generasi muda sebagai target audiens utama.

“promosinya seperti apa sebenarnya saya juga ikut andil dalam semuanya dan saya tau tapi karena kami bekerja sama juga jadi kami membagi tugas - tugas itu semua agar pertunjukan ini sukses. lalu selanjutnya yang paling penting yaitu strategi promosi dan bagaimana sih cara mempublikasikannya kepada masyarakat luas yang ingin mengetahui siapa sosok Keumalahayati ini. selain kita promosi menggunakan konvensional kita juga menggunakan media sosial instagram di instagramnya Gema Citra Nusantara agar pesan yang akan disampaikan lebih mudah

dilihat dan tersampaikan secara luas.” (Mira Marina Arisumandar, Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Eksekutif Produser Keumalahayati, 13 September 2025).



Gambar 3. 10 Poster Promosi *Event* Keumalahayati 2022

Sumber: Instagram @gemacitranusantara



Gambar 3. 11 Reels Promosi *Event* Keumalahayati 2022

Sumber : Instagram @gemacitranusantara

Selain promosi digital, pada tahun 2022 Keumalahayati juga menjalin kolaborasi strategis dengan berbagai institusi nasional, seperti Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut (TNI AL), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan

Teknologi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia. Kerja sama ini tidak hanya memperluas jaringan publikasi, tetapi juga memperkuat legitimasi narasi sejarah yang diangkat dalam pertunjukan.



Gambar 3. 12 Kolaborasi *Event* Keumalahayati Tahun 2022 Dengan TNI Angkatan Laut

Sumber:

<https://www.liputan6.com/showbiz/read/4843532/kisah-hidup-dan-perjuangan-laksamana-keumalahayati-diangkat-ke-panggung-teater-musikal>

Kolaborasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh juga dilakukan sebagai bentuk validasi kultural. Dukungan yang diberikan bersifat nonfinansial, berupa rekomendasi narasumber, referensi sejarah, serta penyebaran informasi melalui jaringan resmi pemerintah daerah. Dengan demikian, promosi tahun 2022 tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai upaya membangun kredibilitas dan pengakuan institusional terhadap event.



Gambar 3. 13 Media Partner *Event Keumalahayati Tahun 2022*

Sumber: Inastagram @gemacitranusantara

2) Strategi promosi event Keumalahayati tahun 2023

Pada tahun 2023, strategi promosi *event* Keumalahayati mengalami pengembangan sebagai hasil evaluasi dari pelaksanaan sebelumnya. Jika pada tahun 2022 fokus utama adalah membangun awareness dan legitimasi awal, maka pada tahun 2023 promosi diarahkan pada perluasan jangkauan audiens serta penguatan positioning *event* sebagai pertunjukan budaya yang konsisten dan berkelanjutan.

Media sosial tetap menjadi kanal utama promosi, khususnya melalui Instagram Gema Citra Nusantara. Namun, pada tahun 2023 konten yang dipublikasikan lebih variatif dan terkonsep, dengan visual yang lebih matang serta intensitas unggahan yang lebih terjadwal.



Gambar 3. 14 Poster Promosi *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Sumber: Instagram @gemacitransantara



Gambar 3. 15 Reels Promosi *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Sumber: Instagram @gemacitransantara

Selain itu, kolaborasi lintas pihak semakin diperluas dengan melibatkan komunitas budaya, institusi pendidikan, pemerintah daerah, serta media partner. Kerja sama dengan

media partner seperti portal berita budaya, media kampus, radio lokal, dan platform hiburan digital dimanfaatkan untuk memperluas distribusi informasi melalui artikel, poster digital, wawancara eksklusif, siaran langsung, hingga liputan pra dan pasca acara.



Gambar 3. 16 Media Partner *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Sumber: Instagran @gemacitranusantara

Pada tahun 2023 juga terlihat strategi promosi yang lebih adaptif terhadap preferensi audiens muda, salah satunya melalui keterlibatan artis atau *public figure*. Kehadiran figur publik dimanfaatkan sebagai daya tarik tambahan untuk meningkatkan engagement dan menarik minat generasi muda yang lebih responsif terhadap sosok yang mereka kenal.



Gambar 3. 17 Kolaborasi *Event* Keumalahayati Tahun 2023 Dengan Public Figure Derby Romero

Sumber: Instagram @gemacitransantara

e. Merancang anggaran biaya

Proses perancangan anggran pada *event* Keumalahayati menunjukkan bahwa pengelolaan biaya dilakukan secara sistematis, bertahap, dan penuh pertimbangan karena skala produksi yang besar. Sebagai bendahara Indah Alamanda Anggun memiliki sentral dalam memastikan kebutuhan pembiayaan sesuai dengan kemampuan dana dan tetap berada dalam jalur perencanaan. Penyusunan anggaran dimulai dari pendataan seluruh kebutuhan produksi mulai dari kebutuhan utama seperti sewa *venue* dan teknis panggung hingga kebutuhan kecil seperti konsumsi untuk kru. Penyusunan anggaran dilakukan berdasarkan referensi harga vendor yang pernah digunakan serta penyesuaian harga terbaru.

“Penyusunan anggarannya sebenarnya cukup panjang ya karena event Keumalahayati itu skalanya besar banget. Biasanya kami mulai dari mendata semua kebutuhan, dari yang paling utama dulu kayak venue, produksi panggung, sampai hal kecil kayak konsumsi kru. Setelah itu baru kami hitung satu per satu berdasarkan harga vendor yang pernah kami pakai atau kami tanya lagi untuk update harganya.” (Indah Alamanda Anggun, Wakil Ketua 2 dan Bendahara Keumalahayati, 13 September 2025).

1) **Pengelolaan anggaran tahun 2022**

Proses perancangan anggaran pada penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2022 menunjukkan bahwa pengelolaan biaya dilakukan secara sistematis, bertahap, dan penuh pertimbangan mengingat skala produksi yang besar. Sebagai bendahara, Indah Alamanda Anggun memiliki peran sentral dalam memastikan bahwa seluruh kebutuhan pembiayaan disesuaikan dengan kemampuan dana serta tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah disepakati bersama tim manajemen.

Penyusunan anggaran dimulai dengan mendata seluruh kebutuhan produksi mulai dari komponen utama seperti sewa *venue* dan kebutuhan teknis panggung hingga kebutuhan operasional seperti konsumsi kru dan transportasi. Setiap komponen dihitung berdasarkan referensi harga vendor yang pernah digunakan sebelumnya serta pembaruan harga terkini untuk memastikan akurasi perhitungan biaya.

Venue menjadi komponen awal yang dijadikan acuan karena memiliki nilai biaya yang signifikan. Dengan menggunakan Teater Taman Ismail Marzuki tim dapat memperkirakan kebutuhan anggaran dasar yang harus dipenuhi. Biaya sewa venue berkisar antara 42 juta hingga 50 juta rupiah per hari, tergantung pada hari pelaksanaan.

Selain itu, produksi panggung dan kebutuhan teknis menjadi pos anggaran terbesar dengan kisaran 300 hingga 400 juta rupiah, mengingat pertunjukan drama musikal ini membutuhkan tata panggung, tata cahaya, dan tata suara yang profesional. Pembuatan dekorasi dan properti, termasuk ornamen khas Aceh, backdrop, serta perlengkapan tari, memerlukan biaya sekitar 100 hingga 150 juta rupiah. Honorarium talent dan pengisi acara berkisar antara 130 hingga 230 juta rupiah, sementara publikasi dan dokumentasi, termasuk kerja sama dengan media partner, berada pada kisaran 40 hingga 70 juta rupiah. Komponen operasional seperti konsumsi tim kreatif, keamanan, transportasi, dan perizinan memerlukan sekitar 40 hingga 60 juta rupiah.

Pada penyelenggaraan tahun 2022, salah satu strategi efisiensi anggaran yang diterapkan oleh manajemen *event* Keumalahayati adalah keterlibatan sejumlah pengisi acara yang berpartisipasi tanpa honorarium komersial. Beberapa narasumber dan pengisi acara dalam rangkaian kegiatan pendukung seperti webinar turut berkontribusi secara kolaboratif sebagai bentuk dukungan terhadap misi budaya yang diusung oleh Gema Citra Nusantara.



Gambar 3. 18 Webminar *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Sumber: Instagram @gemacitranusantara

Pendanaan tahun 2022 juga diperkuat melalui sponsorship dari berbagai institusi dan perusahaan. Berdasarkan materi publikasi yang ditampilkan, terdapat sebanyak 18 pihak sponsor yang terlibat dalam mendukung penyelenggaraan Event Keumalahayati. Sponsor tersebut berasal dari sektor pemerintahan, BUMN, maupun swasta nasional. Keterlibatan berbagai institusi ini menunjukkan bahwa event Keumalahayati memperoleh dukunganyang cukup luas dari berbagai pemangku kepentingan.



Gambar 3. 19 Sponsor *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Sumber: Instagram @gemacitranusantara

2) Pengelolaan anggaran tahun 2023

Pada penyelenggaraan tahun 2023, pengelolaan anggaran tetap dilakukan secara sistematis dan berbasis prioritas, namun terdapat peningkatan pada beberapa komponen biaya seiring dengan pengembangan skala produksi. Evaluasi dari tahun sebelumnya mendorong manajemen untuk meningkatkan kualitas artistik, termasuk penambahan properti panggung seperti miniatur kapal dan penguatan tata visual, sehingga berdampak pada kebutuhan pembiayaan yang lebih besar.

Pembuatan dekorasi dan properti, termasuk miniatur kapal, ornamen khas Aceh, backdrop, serta perlengkapan tari, mengalami peningkatan anggaran menjadi sekitar 150 hingga 200 juta rupiah. Biaya talent dan pengisi acara berada pada kisaran 180 hingga 250 juta rupiah, menyesuaikan dengan keterlibatan public figure serta peningkatan kualitas produksi pertunjukan.

Untuk kebutuhan publikasi dan dokumentasi, termasuk kerja sama media partner dan produksi konten promosi digital, anggaran dialokasikan sekitar 60 hingga 90 juta rupiah. Sementara itu, komponen operasional seperti konsumsi tim, keamanan, transportasi, dan perizinan berada pada kisaran 50 hingga 70 juta rupiah.

Secara keseluruhan, total anggaran penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2023 berada pada kisaran 900 juta hingga 1,2 miliar rupiah, tergantung pada skala artistik, pemilihan vendor, serta strategi produksi yang diterapkan pada tahun tersebut.



Gambar 3. 20 Daftar Harga Tiket Masuk *Event* Keumalahayati 2023

Sumber: Instagram @gemacitranusantara

Perbedaan signifikan pada tahun 2023 terletak pada strategi pendanaan. Jika pada tahun 2022 pendanaan masih sangat bergantung pada sponsor dan jejaring kolaboratif, maka pada tahun 2023 mulai diterapkan sistem tiket berbayar sebagai sumber pemasukan tambahan. Tiket dibagi ke dalam beberapa kategori, mulai dari VIP hingga reguler, dengan harga yang disesuaikan berdasarkan posisi tempat duduk dan pengalaman menonton. Strategi ini menunjukkan adanya diversifikasi sumber pendanaan dan pendekatan manajerial yang lebih profesional dalam menjaga keberlanjutan event.

“Untuk ngatur anggaran sebesar itu, kita memang harus punya strategi khusus biar semuanya aman dan nggak boncos. Biasanya yang pertama banget kita lakukan itu bikin prioritas. Jadi kita urutin mana kebutuhan yang wajib atau kayak produksi panggung, talent, sama venue—dan mana yang bisa disesuaikan kalau dana

belum cukup.” (Indah Alamanda Anggun, Wakil Ketua 2 dan Bendahara Keumalahayati, 13 September 2025).

Dari sisi pendanaan dan publikasi, sponsor dan media partner turut berperan penting dalam mendukung penyebaran informasi secara luas. Sponsor memberikan dukungan finansial yang membantu mencukupi kebutuhan produksi, sementara media partner memperkuat jangkauan promosi melalui berbagai kanal, baik daring maupun luring.



Gambar 3. 21 Sponsor *Event* Keumalahayati 2023

Sumber: Instagraman @gemacitranusantara

Selain peningkatan pada aspek produksi panggung dan sistem tiket berbayar, pada tahun 2023 manajemen *event* Keumalahayati juga mengalokasikan anggaran untuk pelaksanaan kegiatan pendukung berupa seminar. Kegiatan ini merupakan bagian dari strategi promosi sekaligus edukasi yang bertujuan memperluas pemahaman publik mengenai sosok Keumalahayati sebelum pertunjukan utama dilaksanakan. Dari perspektif manajemen *event*, langkah ini mencerminkan adanya integrasi antara strategi finansial dan strategi komunikasi.



Gambar 3. 22 Seminar *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Sumber : <https://bisnisjakarta.id/pariwisata/gcn-papatong-artspace-gelar-teater-masikal-keumalahayati-laskar-inong-balee-ingat-tanggalnya/>

Gema Citra Nusantara telah menyiapkan berbagai bentuk rencana cadangan sebagai langkah antisipatif terhadap kemungkinan kendala yang dapat muncul selama penyelenggaraan *event* Keumalahayati. Rencana cadangan tersebut mencakup risiko cuaca, kendala teknis, hingga potensi minimnya jumlah penonton sehingga pelaksanaan acara tetap berjalan meskipun terjadi situasi di luar perkiraan.

Terkait risiko cuaca pihak panitia menyadari bahwa pertunjukan dilaksanakan di dalam gedung sehingga potensi gangguan akibat cuaca tergolong kecil. Namun demikian antisipasi tetap disiapkan untuk menghindari hambatan yang dapat memengaruhi kehadiran kru atau penonton, misalnya jika terjadi hujan deras. Hal ini ditegaskan oleh informan ketika menyatakan bahwa meskipun acara berlangsung di ruang tertutup, panitia tetap menyiapkan skenario apabila transportasi kru atau penonton terhambat oleh kondisi cuaca. Selanjutnya, terkait kendala teknis, panitia melakukan persiapan yang lebih intensif melalui pelaksanaan *technical rehearsal* dan gladi bersih secara berkala.

Sementara itu, untuk mengatasi potensi minimnya jumlah penonton, Gema Citra Nusantara telah merancang strategi publikasi yang menyeluruh dan dilakukan jauh sebelum acara berlangsung. Promosi dilakukan secara bertahap dan intensif melalui berbagai kanal komunikasi sehingga kesadaran publik terhadap *event* dapat meningkat secara signifikan.

Penyelenggaraan *event* Keumalahayai tentu saja melibatkan berbagai pihak sejak tahap perencanaan sehingga proses produksi tidak hanya bertumpu pada internal Gema Citra Nusantara tetapi juga mengandalkan dukungan eksternal yang memperkuat kualitas acara. Pihak yang berperan penting adalah Papatong Artspace yang berkolaborasi dan juga dinas kebudayaan dan pariwisata sebagai *Stakeholder*.

4. Koordinasi Pelaksanaan dalam Penyelenggaraan *Event* Keumalahayati

Tahap koordinasi (*coordinating*) dalam penyelenggaraan *event* Keumalahayati menunjukkan bahwa Gema Citra Nusantara menerapkan pola koordinasi yang terstruktur, intensif, dan adaptif untuk memastikan seluruh elemen produksi berkerja secara selaras. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber koordinasi dilakukan melalui beberapa mekanisme penting yang melibatkan tim kreatif, pengisi acara, serta pihak eksternal.

a. Tahap Koordinasi (*Coordinating*) Tahun 2022

Tahap koordinasi dalam penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2022 menunjukkan bahwa Gema Citra Nusantara menerapkan pola komunikasi yang terstruktur dan intensif guna memastikan seluruh elemen produksi berjalan selaras. Sebagai tahun pertama penyelenggaraan dalam skala besar, koordinasi menjadi aspek krusial karena melibatkan sekitar 80 cast drama musikal, tim kreatif, serta berbagai pihak eksternal.



Gambar 3. 23 Daftar Pemain Utama *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Sumber: Instagraman @gemacitranusantara

Koordinasi antartim dilakukan melalui rapat rutin yang bertujuan menyamakan visi, memahami alur pertunjukan, serta membagi tanggung jawab pada setiap divisi. Setelah pembagian tugas dilakukan, komunikasi dilanjutkan melalui grup WhatsApp aktif untuk memudahkan pembaruan informasi secara cepat dan efisien. Sistem ini membantu meminimalkan miskomunikasi di tengah kompleksitas produksi drama musikal.

Pengisi acara dan tim artistik mengikuti sesi latihan terjadwal untuk menyelaraskan koreografi, musik, serta blocking panggung. Selain latihan rutin, pada tahun 2022 juga dilaksanakan gladi bersih sebagai bagian penting dari tahap koordinasi teknis. Gladi bersih dilakukan untuk mensimulasikan jalannya pertunjukan secara menyeluruh, mulai dari tata cahaya, tata suara, pergantian adegan, hingga perpindahan posisi cast di atas panggung. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kendala teknis sebelum hari pelaksanaan sehingga dapat dilakukan penyesuaian secara cepat.



Gambar 3. 24 Gladi Bersih *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Sumber: Instagram @gemacitranusantara

Selain gladi bersih, panitia juga melaksanakan briefing resmi satu hingga dua hari sebelum pertunjukan. Briefing ini menjadi forum final untuk memastikan seluruh divisi—baik teknis maupun artistik—memahami alur acara, jadwal tampil, posisi kerja, serta langkah antisipasi apabila terjadi hambatan di lapangan. Pada hari-H, *briefing*

singkat kembali dilakukan untuk menyampaikan pembaruan terakhir serta membangun kesiapan mental seluruh tim.

“ Kami berusaha keras menghindari komunikasi yang kaku. Kami adakan rapat yang santai setiap hari sebelum latihan. Di situ, kami bukan cuma bahas jadwal, tapi juga saling dengar keluhan.” (Andini Karissa Salim, Wakil Ketua 1 Gema Citra Nusantara dan Produser Keumalahayati, 13 Desember 2025)).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa koordinasi tahun 2022 tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga humanis. Rapat dilakukan secara santai untuk membangun kenyamanan komunikasi antaranggota tim. Pada hari pelaksanaan, briefing resmi dilakukan satu hingga dua hari sebelum pertunjukan untuk memastikan seluruh divisi memahami alur acara, jadwal tampil, posisi kerja, serta langkah antisipasi jika terjadi hambatan.

b. Tahap Koordinasi (*Coordinating*) Tahun 2023

Pada penyelenggaraan tahun 2023, pola koordinasi yang telah diterapkan sebelumnya tetap dipertahankan karena terbukti efektif. Namun, terdapat peningkatan kompleksitas produksi yang berdampak pada kebutuhan koordinasi yang lebih intensif. Jumlah cast drama musikal meningkat menjadi 86 orang, sehingga manajemen komunikasi dan pengaturan jadwal latihan menjadi lebih menantang dibandingkan tahun sebelumnya.



Gambar 3. 25 Pemani Drama Musikal *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Sumber: Instagram @gemacitranusantara

Koordinasi tetap dilakukan melalui rapat rutin, briefing harian sebelum latihan, serta komunikasi aktif melalui grup divisi. Setiap divisi memiliki koordinator lapangan yang bertugas menjembatani komunikasi antara tim kreatif dan manajemen Gema Citra Nusantara. Sistem ini memungkinkan arus informasi dua arah berlangsung secara cepat dan terkontrol.

Pada tahun 2023 juga dilaksanakan gladi bersih sebagai simulasi penuh sebelum hari pertunjukan. Namun, gladi bersih tahun 2023 memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan tahun 2022 karena melibatkan kolaborasi dengan Batavia Chamber Orchestra pada bagian musik. Sinkronisasi antara orkestra, koreografi, tata cahaya, dan perpindahan adegan membutuhkan koordinasi teknis yang lebih presisi. Oleh karena itu, gladi bersih tidak hanya berfungsi sebagai uji alur pertunjukan, tetapi juga sebagai tahap integrasi seluruh elemen artistik dan teknis secara menyeluruh.



Gambar 3. 26 Gladi Bersih *Event* Keumalahayati 2023

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain gladi bersih, panitia juga melaksanakan briefing resmi satu hingga dua hari sebelum pertunjukan, serta briefing singkat pada hari pelaksanaan untuk memastikan seluruh divisi memahami pembaruan teknis terakhir. Dengan bertambahnya jumlah cast dan keterlibatan musisi profesional eksternal, briefing menjadi ruang

penting untuk menyamakan persepsi serta memperjelas pembagian peran.



Gambar 3. 27 Briefing dengan Tim Kreatif dan Pemain Drama Musikal Keumalahayati 2023

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selama hari pelaksanaan, Gema Citra Nusantara menerapkan satrategi komunikasi berbasis kecepatan dan keterbukaan informasi. Setiap divisi memiliki grup koordinasi khusus melalui WhatsApp untuk mempercepat penyampaian instruksi atau kendala teknis di lapangan. Selain itu keberadaan koordinator lapangan pada setiap divisi memfasilitasi penyampaian informasi dua arah anatar tim Gema Citra Nusantara dengan tim kreatif.

Sebelum acara dimulai setiap hari panitia juga mengadakan briefing singkat untuk memastikan seluruh tim memahami pembaharuan terbaru dan potensi kendala yang perlu diantisipasi. Gema Citra Nusantara menerapkan sistem briefing resmi satu sampai dua hari sebelum hari pertunjukan. Briefing tersebut menjadi kesempatan bagi seluruh divisi baik teknis maupun artistik untuk memahami alur acara, jadwal tampil, posisi kerja, serta langkah antisipasi jika terjadi hambatan. Simulasi singkat turut dilakukan agar seluruh tim terbiasa dengan ritme kerja saat pertunjukan berlangsung.

Selanjutnya dalam situasi di mana terjadi perubahan mendadak panitia mengutamakan respon cepat dan pengambilan keputusan secara kolektif. Hal ini dilakukan melalui komunikasi langsung pada grup divisi sehingga penyesuaian dapat dilakukan dalam waktu singkat. Contohnya apabila terdapat gangguan

teknis atau penundaan jadwal panitia segera mengatur ulang urutan tampil atau waktu persiapan tanpa mengganggu keseluruhan jalannya acara. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dan kemamouan berimprovisasi menjadi bagian penting dalam tahap koordinasi.

Koordinasi anatar tim kreatin dan Gema Caitra Nusantara pada kedua tahun berlangsung dengan pola yang sama. Sejak tahun 2022, Gema Citra Nusantara dan Papatong Artspace telah memiliki sistem koordinasi yang jelas, mencakup komunikasi intens, rapat rutin, dan pembagian tugas yang terperinci. Sistem ini kemudian dipertahankan pada tahun 2023 karena terbukti efektif.

5. Tahapan Terakhir Evaluasi (*Evaluating*) Event Keumalahayati

Tahapan evaluasi menjadi bagian penting dalam memastikan penyelenggaraan *event*. Keumalahayati berjalan sesuai tujuan dan dapat memberikan pembelajaran untuk pelaksanaan berikutnya. Gema Citra Nusantara menerapkan proses evaluasi yang menyeluruh, terstruktur, dan melibatkan seluruh pihak terkait. Evaluasi dilakukan segera setelah *event* selesai melalui rapat internal yang dihadiri oleh seluruh panitia serta peserta.

a. Tahap Evaluasi Tahun 2022

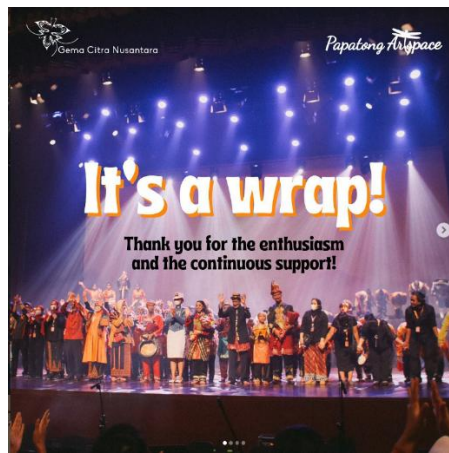
Tahapan evaluasi pada penyelenggaraan Event Keumalahayati tahun 2022 dilakukan segera setelah pertunjukan selesai melalui rapat internal yang melibatkan seluruh panitia, tim kreatif, serta perwakilan pengisi acara. Sebagai penyelenggaraan perdana, evaluasi difokuskan pada kelancaran teknis, efektivitas koordinasi, serta respons audiens terhadap konsep pertunjukan budaya yang diangkat.

Dari sisi teknis, indikator keberhasilan dilihat dari kesesuaian pelaksanaan dengan *rundown* serta minimnya gangguan selama pertunjukan berlangsung. Gladi bersih yang telah dilakukan sebelumnya dinilai membantu menekan potensi kesalahan teknis di hari pelaksanaan. Evaluasi juga menyoroti kekompakan kerja tim serta efisiensi penggunaan anggaran. Sebagaimana disampaikan oleh Mira Marina Arisumandar:

“Kalau semua bisa jalan kompak, anggaran terpakai efisien, dan hasilnya sesuai ekspektasi, berarti kita bisa bilang event ini sukses dari

segala sisi.” (Mira Marina Arisumandar, Produser Eksekutif dan Ketua Umum Gema Citra Nusantara, 13 September 2025).

Dari sisi audiens, tahun 2022 tercatat jumlah penonton sekitar 357 orang. Mengingat pertunjukan ini diselenggarakan secara gratis sebagai event perdana, angka tersebut menunjukkan tingkat antusiasme yang cukup tinggi pada tahap pengenalan. Respons positif juga terlihat melalui komentar dan interaksi di media sosial Gema Citra Nusantara, meskipun jangkauan digital masih dalam tahap pembangunan awareness awal.



Gambar 3. 28 Dokumentasi Tim Kreatif dan Pemain Keumalahayati 2022

Sumber: Instagram @gemacitranusantara

Dalam aspek kemitraan, tahun 2022 melibatkan 18 sponsor dari berbagai sektor pemerintahan, BUMN, dan swasta. Media partner juga berperan dalam membantu penyebaran informasi melalui portal berita budaya, media kampus, dan radio lokal. Evaluasi menunjukkan bahwa model pendanaan dan promosi tahun pertama masih sangat bergantung pada jejaring institusional dan dukungan kolaboratif.

b. Tahap Evaluasi Tahun 2023

Proses evaluasi pada tahun 2023 dilakukan dengan mekanisme yang sama seperti tahun sebelumnya. Hal ini ditegaskan oleh narasumber:

“Sebenarnya tidak ada perbedaan berarti dalam cara kami melakukan evaluasi antara tahun 2022 dan 2023. Proses evaluasi

tetap dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur, seperti yang sudah menjadi standar kami sejak penyelenggaraan pertama.” (Mira Marina Arisumandar, Produser Eksekutif dan Ketua Umum Gema Citra Nusantara 29 November 2025).

Meskipun sistem evaluasi tidak berubah, terdapat perkembangan signifikan dalam hasil capaian *event*. Dari sisi kehadiran audiens, jumlah penonton meningkat menjadi sekitar 575 orang. Peningkatan ini terjadi meskipun pada tahun 2023 telah diterapkan sistem tiket berbayar. Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan publik serta terbentuknya loyalitas audiens terhadap event Keumalahayati.

Dari sisi promosi dan jejaring, media partner pada tahun 2023 mengalami perluasan distribusi dan lebih aktif dalam publikasi digital. Interaksi media sosial juga menunjukkan peningkatan engagement dibandingkan tahun sebelumnya, terlihat dari lebih banyaknya komentar, unggahan ulang, serta respons audiens terhadap konten promosi.



Gambar 3. 29 Dokumentasi Tim Kreatif dan Pemain Keumalahayati 2023

Sumber: Sumber Primer

Dalam aspek sponsor, meskipun pola kemitraan tetap melibatkan institusi pemerintah dan perusahaan, tahun 2023 menunjukkan model pendanaan yang lebih berimbang karena tidak hanya bergantung pada sponsor, tetapi juga didukung oleh pemasukan dari sistem tiket berbayar.

“Evaluasi tidak hanya melihat kelancaran acara secara teknis, tetapi juga bagaimana pesan budaya dan nilai yang ingin disampaikan benar-benar sampai kepada penonton. Selain itu, koordinasi antar tim juga menjadi poin penting dalam evaluasi, karena dari situ bisa dilihat apakah sistem kerja yang sudah dirancang berjalan efektif atau masih perlu perbaikan untuk penyelenggaraan berikutnya” (Andini Karissa Salim, Wakil Ketua 1 Gema Citra Nusantara dan Produser Keumalahayati, 13 Desember 2025).

Proses evaluasi pada *event* Keumalahayati tahun 2022 dan tahun 2023 tidak mengalami perubahan signifikan. Gema Citra Nusantara menerapkan mekanisme evaluasi yang sama pada kedua tahun karena sistem evaluasi yang telah diterapkan telah ditetapkan pada penyelenggaraan pertama dianggap sudah efektif dan komperhensif.

6. *Event* Keumalahayati Sebagai Media Promosi Budaya Aceh.

Event Keumalahayati memiliki fungsi strategis sebagai media promosi budaya Aceh melalui beberapa pendekatan yaitu sristik, edukatif, kolaboratif, dan media publikasi. *Event* ini tidak hanya berperan sebagai pertunjukan seni tetapi juga sebagai saran memperkenalkan nilai nilai budaya – budaya Aceh kepada audiens yang lebih luas dengan konsep visual, naratif, dan pertunjukan yang dikemas secara modern.

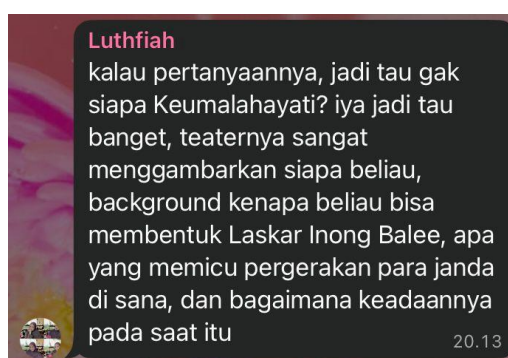
Keumalahayati mempromosikan budaya aceh melalui elemen pertunjukan yang sangat kuat pada aspek musik, tari, busana, properti, dan cerita sejarah. Tim kreatif Gema Citra Nusantara secara sadar mengintegrasikan unsur -unsur budaya Aceh ke dalam setiap aspek pertunjukan.

“Kami ingin pertunjukan ini bukan Cuma indah dilihat tapi juga bermakna dan bisa bikin orang lebih kenal sama sosok Keumalahayati dengan nilai – nilai perjuangannya dan mengetahui budaya Aceh.” (Mira Marina Arisumandar, Produser Eksefutih dan Ketua Umum Gema Citra Nusantara , 13 September 2025).

Pertunjukan menggunakan musik tradisional, gerak tari Aceh, serta narasi sejarah perempuan pahlwan Aceh Laksamana Malahayati. Dengan demikian panggung Keumalahayati berfungsi sebagai ruang representasi budaya Aceh yang modern tanpa meninggalkan nilai historis yang terkandung di dalamnya.

Event ini memaksimalkan promosi budaya melalui desain visual seperti busana dan tata panggung. Songket Aceh, ornamen ukiran tradisional, serta properti khas Aceh digunakan untuk memperkuat citra budaya dalam setiap adegan. Gema Citra Nusantara menekankan bahwa penggunaan unsur visual tersebut bukan hanya estetika, tetapi strategi identitas budaya. Dengan pendekatan ini, visualisasi budaya Aceh dapat diterima oleh masyarakat luas, termasuk penonton yang mungkin belum familiar dengan budaya Aceh.

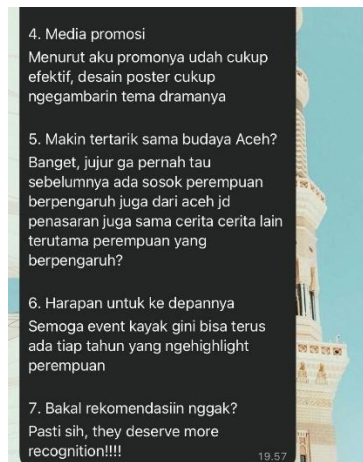
Selain hiburan *event* Keumalahayati berfungsi sebagai sarana edukasi budaya. Penonton diperkenalkan dengan sejarah tokoh perempuan Aceh, nilai kepemimpinan, keberanian, dan peran perempuan dalam sejarah Aceh. Narasumber menyampaikan bahwa banyak penonton memberikan respon positif karena mereka mendapatkan wawasan baru tentang sejarah Aceh.



Gambar 3. 30 Rivew Salah Satu Penonton *Event* Keumalahayati 2022

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gema Citra Nusantara menggunakan pendekatan kolaboratif dengan Papatong Artspace dalam mempromosikan budaya Aceh. Gema Citra Nusantara menjalankan strategi publikasi intensif juga mulai dari media sosial, media partner, hingga kolaborasi dengan pemerintah daerah. Gema Citra Nusantara bekerja sama dengan media partner digital untuk penyebaran konten, publikasi rutin, dan penguatan citra *event*. Selain itu, keterlibatan artis dalam publikasi membantu meningkatkan jangkauan audiens. Strategi ini membuat pesan budaya Aceh dapat tersampaikan secara masif dan lebih menarik bagi generasi muda. *Event* tidak hanya dipromosikan sebelum dan saat berlangsung, tetapi juga setelah acara melalui dokumentasi visual seperti foto, video, dan konten digital.

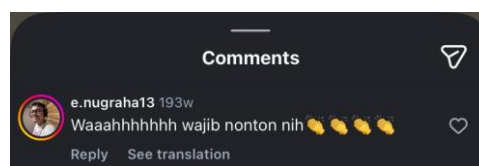


Gambar 3. 31 Rivew Salah Satu *Penonton Event Keumalahayati Tahun 2023*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Respons penonton memberikan tanggapan melalui media sosial menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan *event* Keumalahayati sebagai media promosi budaya Aceh. Antusiasme penonton terlihat dari tingkat keterlibatan mereka selama pertunjukan berlangsung, seperti perhatian penuh terhadap alur cerita, respon tepuk tangan pada setiap pergantian adegan, hingga komentar positif yang disampaikan usai pementasan. Selain itu, interaksi penonton di media sosial melalui unggahan ulang poster, video singkat penampilan, hingga ulasan pribadi menunjukkan bahwa pesan budaya yang diangkat dalam pertunjukan berhasil meninggalkan kesan mendalam.

“Kesan pertama dan apa yang paling menarik dari event ini sebenarnya kalo kesan pertama itu yaaa very intreseting karena menurut saya event yang nge promote indonesian culture indonesia history itu kaya sangat menarik gitu apalagi yakan dia menghigligt pahlawan perempuan perjuangan mereka gitu dan ini tuh pahlawan yang sebenarnya engga banyak orang tau jadi itu sebenrnya yang bikin kita jadi penasaran mau nonton” (Luthfiah Putri Pamungkas, Penonton Keumalahayati 2022 dan 2023, 1 Desember 2025).



Gambar 3. 32 Komenta Instagram Tentang *Event Keumalahayati*

Sumber: Instagram @gemacitranusantara

Peran *event* Keumalahayati untuk memperpromosikan budaya Aceh kepada masyarakat luas memiliki dampak yang signifikan melalui pengalaman artistik yang memadukan unsur sejarah, musik, dan cerita perempuan Aceh. Penonton menyatakan bahwa kesan pertama saat menghadiri *event* Keumalahayati adalah perasaan tertarik dan penasaran karena acara ini mengangkat pahlawan perempuan yang kurang dikenal dalam sejarah Indonesia.

“Karena aku juga baru tau ternyata ada pahlawan Perempuan yang berasal dari Aceh selain Cut Nyak Dien dan ternyata background ceritanya luar bisa juga.”(Luthfiah Putri Pamungkas, Penonton Keumalahayati 2022 dan 2023, 1 Desember 2025).

Penonton juga menyampaikan bahwa perkembangan artistik dari tahun ke tahun membuat mereka semakin tertarik. Kehadiran visual panggung, kostum dan elemen budaya khas Aceh memperkuat pemahaman tentang budaya Aceh.

“Cuma yang aku lihat itu dari cast castnya sendiri sering banget share behind the scene terus nanti akan di repost sama Gema Citra Nusantaranya jadi itu yang bikin jadi menarik keingin tauan karena kita ngeliat ada behind the scenenya terus ada sedikit cuplikan cuplikan yang bikin kita juga jadi penasaran jadi yang bikin menarik promosi bagian itunya sih.” (Luthfiah Putri Pamungkas, Penonton Keumalahayati 2022 dan 2023, 1 Desember 2025).

Instagram menjadi sumber informasi utama bagi penonton dalam mengetahui *event* Keumalahayati. Promosi yang dilakukan melalui konten visual seperti *teaser*, *behind the scene*, dan postingan para pemeran dinilai sangat efektif membangun antusiasme.

“ Wah makin banget, jujur nggak pernah tau sebelumnya ada sosok perempuan berpengaruh dari Aceh. Jadi penasaran juga sama cerita-cerita lain terutama perempuan yang berpengaruh.” (Sarah Aamalia Rabbani, Penonton Keumalahayati 2022 dan 2023, 1 Desember 2025).

Penonton juga mengungkapkan bahwa pertunjukan ini membuka wawasan baru mengenai tokoh perempuan berpengaruh dari Aceh. Mereka mengaku sebelumnya tidak mengetahui keberadaan sosok Keumalahayati, sehingga

pertunjukan ini bukan hanya memberikan hiburan, tetapi juga menumbuhkan rasa keingintahuan terhadap figur-figur perempuan lain yang memiliki peran penting dalam sejarah Indonesia.

B. PEMBAHASAN

1. Manajemen *Event* Keumalahayati

Penyelenggaraan *event* Keumalahayati menunjukkan adanya penerapan manajemen *event* yang tersruktur dan melibatkan berbagai pihak. *Event* ini tidak hanya dirancang sebagai pertunjukan seni, tetapi juga sebagai media edukasi dan promosi budaya Aceh yang dikemas dalam bentuk drama musikal. Setiap proses penyelenggaraan *event* Keumalahayati dilakukan secara bertahap, mulai dari pengumpulan data awal, perencanaan teknis, koordinasi antar tim, hingga evaluasi pasca pelaksanaan. Proses tersebut dijalankan oleh manajemen intin bersama tim kreatif dan panitia pelaksana dengan pembagian peran yang jelas.

Konsisten anatar tujuan awal *event* dengan pelaksanaan di lapangan menjdai perhatian utama dalam penyelenggaraan Keumalahayati. Hal ini terlihat dari Upaya manajemen dalam menjaga akurasi pesan budaya Aceh yang disampaikan, serta memastikan konsep pertunjukan tetap sesuai dengan hasil riset dan perencanaan yang telah disusun, Manajemen *event* Keumalahayati mempunyai beberapa tahapan *event*. Menurut Goldblat (2013) ada lima yang meliputi: *raeserch*, *design*, *planning*, *coordinating*, dan *evaluation* untuk melihat bagaimana setiap tahapan diterapkan dalam memperomosikan budaya Aceh.

a. *Reaserch* Penyelenggaran *Event* Keumalahayati

1) *Reaserch* Penyelenggaran *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Tahap *research* pada penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2022 dapat dipahami sebagai fase pembentukan fondasi konseptual dan legitimasi historis. Sebagai penyelenggaraan perdana, fokus utama riset diarahkan pada penguatan validitas narasi mengenai Laksamana Keumalahayati agar pertunjukan yang diproduksi tidak hanya bersifat artistik, tetapi juga memiliki dasar sejarah yang kredibel. Riset yang telah dilakukan sejak tahun 2014 menunjukkan bahwa gagasan event ini lahir melalui proses kajian yang panjang dan reflektif, bukan sekadar inisiatif sesaat.

Proses penelusuran literatur sejarah, konsultasi dengan ahli waris, serta upaya memperoleh izin moral dalam mengangkat tokoh sejarah ke panggung

publik menunjukkan adanya tanggung jawab kultural dari penyelenggara. Dalam perspektif manajemen *event*. Langkah ini mencerminkan penerapan perencanaan berbasis research yang kuat, di mana validitas informasi menjadi dasar dalam membangun konsep acara. Selain itu, proses kurasi oleh Dewan Kesenian Jakarta semakin memperkuat legitimasi profesional terhadap kelayakan produksi.

Event Keumalahayati diposisikan tidak semata – mata sebagai sarana hiburan melainkan sebagai media edukasi sejarah dan upaya pelestarian budaya. Seleuruh hasil kajian pada tahap awal kemudian dirangkum dan dijadikan dasar dalam penyusunan konsep kreatif, perencanaan produksi, serta strategi komunikasi acara. Studi kelayakan merupakan bagian dari analisis kelayakan yang bertujuan menilai kesiapan teknis, artistik, dan institusional sebelum event direalisasikan (Shone & Parry , 2019).

Riset tahun 2022 juga mencakup pemetaan awal terhadap audiens, khususnya generasi muda. Temuan bahwa format drama musikal modern lebih mudah diterima menjadi pertimbangan strategis dalam menentukan bentuk pertunjukan. Dengan demikian, research tahun 2022 tidak hanya berfungsi sebagai penguatan historis, tetapi juga sebagai dasar segmentasi audiens dan penentuan positioning event sebagai media promosi budaya yang edukatif dan relevan.

2) *Reaserch* Penyelenggaran *Event* Keumalahayati Tahun 2022

Berbeda dengan tahun 2022, tahap *research* pada tahun 2023 lebih bersifat evaluatif dan berorientasi pada pengembangan kualitas. Fondasi historis yang telah tervalidasi sebelumnya membuat penyelenggara tidak lagi berfokus pada legitimasi dasar narasi, melainkan pada penyempurnaan penyampaian pesan agar lebih komunikatif dan emosional.

Evaluasi terhadap respons audiens tahun 2022 menunjukkan bahwa penonton lebih tertarik pada konflik, dinamika perjuangan, serta nilai pemberdayaan perempuan dibandingkan sekadar penyajian kronologi sejarah. Temuan tersebut menjadi dasar dalam menyempurnakan alur dramatik pada tahun 2023 agar pesan sejarah terasa lebih hidup dan menyentuh secara emosional. Hal ini menunjukkan adanya proses umpan balik yang dimanfaatkan sebagai bahan pengambilan keputusan strategis.

Dalam konteks manajemen *event*, pendekatan ini mencerminkan penerapan *research* sebagai alat evaluasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan kualitas produksi. Meskipun terdapat pengembangan dalam aspek dramatik dan visual, prinsip konsultatif terhadap nilai sejarah tetap dipertahankan guna menjaga keotentikan budaya. Dengan demikian, *research* tahun 2023 dapat dipahami sebagai tahap penguatan dan adaptasi strategis yang menunjukkan bahwa manajemen *event* Keumalahayati bersifat dinamis serta responsif terhadap kebutuhan audiens tanpa mengabaikan fondasi historis yang telah dibangun.

b. *Design Event* Keumalahayati

1) *Design Event* Keumalahayati 2022

Tahap *design* pada *event* Keumalahayati tahun 2022 dapat dipahami sebagai fase pembentukan identitas artistik sekaligus penerjemahan hasil *research* ke dalam bentuk pertunjukan yang konkret. Sebagai penyelenggaraan perdana, desain difokuskan pada upaya membangun fondasi visual dan dramatik yang mampu merepresentasikan nilai sejarah Aceh secara autentik namun tetap komunikatif bagi audiens modern. Pemilihan format drama musikal menunjukkan bahwa desain tidak semata-mata berorientasi pada estetika, tetapi juga pada strategi penyampaian pesan agar sejarah dapat diterima tanpa kesan menggurui.

Kolaborasi antara Gema Citra Nusantara dan Papatong Artspace memperlihatkan bahwa proses desain dilakukan secara kolektif dan terstruktur. Setiap elemen, mulai dari skenario, koreografi, musik, hingga tata artistik, dirancang untuk saling mendukung dalam membangun narasi kepahlawanan Keumalahayati. Penggunaan warna merah, emas, dan hitam sebagai identitas visual utama menunjukkan adanya kesadaran simbolik dalam membangun citra keberanian, keagungan, dan kekuatan. Konsistensi warna tersebut pada poster, kostum, dan panggung memperlihatkan bahwa desain 2022 telah menetapkan branding visual yang kuat.

Musik juga menjadi elemen sentral dalam desain pertunjukan karena berperan dalam membangun suasana emosional dan memperkuat alur cerita. Dalam Keumalahayati perancang musik dilakukan dengan memadukan instrumen tradisional Aceh seperti *rapa'i* dan *serune kalee* dengan unsur musik modern. Perpaduan ini menghasilkan komposisi yang

tetap tradisi namun mampu menghadirkan drama musikal yang sesuai dengan selera audiens masa kini. Pandangan ini sejalan ketika pengemasan seni tradisional dengan sentuhan modern dapat meningkatkan daya tarik event tanpa menghilangkan esensi budaya diangkat (Wahyudi, 2019)

Dalam aspek koreografi dan musik, pendekatan yang digunakan masih menempatkan unsur tradisional sebagai fondasi utama. Inspirasi dari tari Saman dan Ratoh Jaroe yang dikemas secara teatrikal menunjukkan adanya proses adaptasi budaya tanpa menghilangkan karakter aslinya. Tata panggung yang relatif sederhana menegaskan bahwa fokus utama tahun pertama adalah memastikan identitas budaya tersampaikan dengan jelas. Dengan demikian, desain tahun 2022 berfungsi sebagai tahap pembentukan fondasi estetika dan positioning event sebagai pertunjukan budaya yang kredibel dan terstruktur.

2) *Design Event Keumalahayati 2023*

Berbeda dengan tahun 2022 tahap *design* pada tahun 2023 menunjukkan arah pengembangan yang lebih ekspresif dan monumental. Fondasi identitas artistik yang telah terbentuk sebelumnya memberikan ruang bagi tim kreatif untuk melakukan eksplorasi visual yang lebih berani. Jika tahun pertama berfokus pada pembentukan identitas, maka tahun kedua menekankan pada penguatan daya dramatik dan pengalaman visual yang lebih imersif.

Pengembangan paling signifikan terlihat pada tata panggung dan penggunaan properti fisik. Kehadiran miniatur kapal perang sebagai elemen sentral tidak hanya berfungsi sebagai latar, tetapi sebagai simbol kejayaan maritim dan kepemimpinan Keumalahayati. Panggung tidak lagi sekadar ruang pertunjukan, melainkan menjadi representasi ruang sejarah yang konkret. Hal ini menunjukkan bahwa desain tahun 2023 telah berkembang menjadi media naratif yang memperkuat pesan simbolik secara visual.

Dalam aspek koreografi dan musik, pengemasan tradisi dilakukan dengan dinamika yang lebih intens. Formasi panggung yang lebih variatif serta eksplorasi level ruang menciptakan komposisi yang lebih dramatis dan energik. Meskipun terjadi penguatan dalam aspek modern dan teatrikal, identitas warna serta inspirasi gerak tradisional tetap dipertahankan. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara inovasi artistik dan konsistensi nilai budaya.

Secara keseluruhan, desain tahun 2023 mencerminkan peningkatan kualitas produksi dan kedalaman simbolik dibandingkan tahun sebelumnya. Jika tahun 2022 berfungsi sebagai tahap pembentukan fondasi identitas budaya, maka tahun 2023 merupakan tahap penguatan ekspresi visual dan efektivitas komunikasi artistik. Perkembangan ini menunjukkan bahwa manajemen design dalam *event* Keumalahayati bersifat progresif dan adaptif, namun tetap berakar pada nilai historis yang telah ditetapkan sejak awal. perkembangan ini mencerminkan evaluasi dan perkembangan berkelanjutan dalam manajemen *event* sebagaimana dijelaskan bahwa setiap penyelenggaraan *event* sebaiknya dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas konsep dan pelaksanaan pada periode berikutnya (Noor, 2017)

c. Perencanaan (*Planning*) *Event* Keumalahayati

Tahap perencanaan merupakan bagian paling fundamental dalam penyelenggaraan drama musikal Keumalahayati oleh Gema Citra Nusantara. Perencanaan berfungsi tidak hanya sebagai pedoman teknis tetapi juga sebagai kerangka strategis yang menghubungkan visi budaya, pesan historis, dan kebutuhan produksi. Perencanaan *event* mencakup perumusan konsep, pengorganisasian sumber daya, perencanaan anggaran, strategi komunikasi, serta antisipasi risiko selama pelaksanaan acara (Noor, 2017).

1) Perumusan Konsep Cerita

Konsep cerita (*storyline*) dalam *event* Keumalahayati merupakan elemen fundamental yang menjadi dasar perancangan keseluruhan pertunjukan. *Storyline* atau alur cerita tidak hanya berfungsi sebagai alur dramatik yang mengatur tahapan pembukaan, konflik, klimaks, hingga resolusi, tetapi juga sebagai media strategis dalam menyampaikan nilai sejarah dan makna perjuangan Laksamana Keumalahayati kepada audiens yang beragam. Dalam konteks manajemen *event*, konsep cerita menjadi titik awal yang menentukan arah desain artistik, musik, koreografi, hingga tata panggung.

Berdasarkan hasil wawancara, konsep cerita dipandang sebagai komponen paling penting dalam perancangan *event* karena keberhasilan penyampaian pesan sangat bergantung pada kejelasan narasi. Kejelasan

alur memungkinkan penonton dari berbagai latar belakang pengetahuan sejarah tetap dapat memahami konteks perjuangan Keumalahayati tanpa merasa kesulitan mengikuti jalan cerita. Hal ini menunjukkan bahwa storyline tidak hanya dirancang untuk kebutuhan dramatik semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek komunikasi pesan secara efektif.

Dalam penyelenggaraannya, konsep cerita Keumalahayati dirancang untuk menampilkan figur kepemimpinan perempuan yang kuat, berani, dan strategis dalam konteks sejarah maritim Aceh. Narasi dibangun secara sistematis agar konflik dan perjuangan tokoh utama dapat dirasakan secara emosional oleh penonton. Dengan pendekatan ini, pertunjukan tidak hanya menghadirkan hiburan, tetapi juga membangun kesadaran historis serta kebanggaan budaya.

Secara manajerial, penempatan konsep cerita sebagai prioritas utama menunjukkan bahwa perencanaan *event* dilakukan secara terstruktur dan berorientasi pada pesan inti. Storyline menjadi landasan yang mengarahkan seluruh elemen produksi agar tetap konsisten terhadap tujuan edukatif dan promotif budaya Aceh. Dengan konsep cerita yang kuat dan terstruktur, *event* Keumalahayati mampu mengemas sejarah dalam format drama musikal yang komunikatif, sehingga nilai keberanian dan kepemimpinan yang direpresentasikan oleh Keumalahayati dapat diterima secara luas oleh audiens.

2) Perencanaan Unsur Artistik

a) Elemen Artistik Tahun 2022

Pada penyelenggaraan tahun 2022, elemen artistik *event* Keumalahayati masih berfokus pada penguatan simbolik dengan dukungan properti fisik yang terbatas. Pendekatan yang digunakan cenderung minimalis, di mana tata panggung belum menampilkan banyak struktur dekoratif permanen. Properti utama berupa tangga berfungsi sebagai elemen panggung bertingkat yang membantu menciptakan variasi level dalam blocking pemain. Secara teknis, penggunaan tangga memungkinkan komposisi visual yang lebih dinamis, sementara secara simbolik struktur bertingkat tersebut merepresentasikan hierarki kepemimpinan dalam narasi.

Pada tahun pertama ini, visualisasi latar adegan lebih banyak mengandalkan media digital melalui layar proyeksi serta dukungan lighting untuk membangun suasana dramatik. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan artistik masih bertumpu pada kekuatan imajinatif dan simbolis. Tantangan terbesar terlihat pada adegan pertempuran laut yang menjadi klimaks cerita. Karena keterbatasan properti fisik, tim kreatif harus memaksimalkan pencahayaan, musik, dan koreografi untuk membangun ilusi peperangan. Strategi ini memperlihatkan bahwa elemen artistik tahun 2022 mengandalkan integrasi antar unsur pertunjukan untuk menciptakan pengalaman dramatik tanpa kehadiran objek panggung yang kompleks. perencanaan artistik pada event budaya harus mampu menjaga esensi tradisi tanpa menghilangkan daya tarik visual bagi audiens masa kini (Wahyudi, 2019).

Secara keseluruhan, pendekatan artistik tahun 2022 dapat dipahami sebagai tahap eksplorasi awal yang menekankan kreativitas simbolik dan efisiensi produksi. Fokus utamanya adalah memastikan pesan sejarah tetap tersampaikan secara kuat meskipun dengan keterbatasan properti fisik.

b) Elemen Artistik Tahun 2023

Pada tahun 2023, elemen artistik mengalami perkembangan yang signifikan sebagai bentuk evaluasi dan penyempurnaan dari tahun sebelumnya. Jika pada tahun 2022 pendekatan yang digunakan lebih simbolik, maka pada tahun 2023 strategi artistik bergerak menuju pendekatan yang lebih konkret dan semi-realistis. Perubahan paling menonjol terlihat pada penambahan properti fisik berupa kapal sebagai representasi adegan peperangan laut.

Kehadiran kapal tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai simbol konkret kejayaan maritim Kesultanan Aceh sekaligus penegasan identitas Keumalahayati sebagai laksamana perempuan. Dengan adanya properti fisik ini, ruang pertunjukan menjadi lebih imersif dan membantu audiens memahami konteks visual secara lebih langsung. Keputusan tersebut

menunjukkan bahwa desain artistik tahun 2023 mempertimbangkan efektivitas komunikasi visual serta kemudahan interpretasi penonton. Meskipun terjadi penambahan properti yang lebih kompleks, integrasi antara lighting, musik, dan koreografi tetap dipertahankan sebagai elemen pendukung utama. Perbedaannya terletak pada koordinasi yang lebih matang untuk menyesuaikan dengan struktur panggung yang lebih besar. Hal ini menandakan bahwa elemen artistik pada tahun 2023 tidak sekadar mengalami penambahan dekorasi, tetapi menunjukkan perkembangan strategi desain yang lebih adaptif dan profesional.

Dengan demikian, perbandingan antara tahun 2022 dan 2023 memperlihatkan adanya pergeseran dari pendekatan simbolik minimalis menuju pendekatan visual yang lebih konkret dan imersif. Perkembangan ini mencerminkan proses evaluatif dalam manajemen event, di mana pengalaman tahun pertama menjadi dasar peningkatan kualitas produksi pada tahun berikutnya

3) Perencanaan Tim Produksi

Pembentukan dan pengorganisasian tim produksi menjadi bagian penting dalam tahap perencanaan karena berpengaruh langsung terhadap kelancaran pelaksanaan *event*. Dalam perencanaan *event* Keumalahayati tim produksi dibagi ke dalam beberapa divisi sesuai dengan keahlian masing – masing seperti penulis skenario, musik, vokal, kostum, pencahayaan, dan koreografi. Pembagian ini dirancang secara sistematis agar setiap divisi memiliki tanggung jawab yang jelas namun tetap berkerja dalam koordinasi.

Kolaborasi dengan Papatong Artspace juga memperkuat struktur produksi karena pembagian tim dilakukan secara terintegrasi antar kedua pihak. Hal ini mencerminkan adanya manajemen kolaboratif, di mana koordinasi antar organisasi menjadi bagian dari strategi produksi untuk menjaga kualitas artistik sekaligus efisiensi teknis.

4) Perencanaan Strategi Promosi

a) Perencanaan Strategi Promosi Tahun 2022

Pada penyelenggaraan tahun 2022, strategi promosi *event* Keumalahayati dirancang sebagai langkah awal membangun

kesadaran publik sekaligus legitimasi terhadap event yang mengangkat narasi sejarah perempuan Aceh. Sebagai pelaksanaan perdana, promosi tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah penonton, tetapi juga pada pembentukan citra dan kredibilitas event di mata masyarakat serta institusi nasional.

Pendekatan yang digunakan memadukan promosi konvensional dan digital. Media sosial, khususnya Instagram resmi Gema Citra Nusantara, menjadi kanal utama dalam menyampaikan informasi. Konten yang disajikan mencakup teaser pertunjukan, dokumentasi proses latihan, cuplikan musik dan koreografi, serta edukasi singkat mengenai sejarah Keumalahayati. Strategi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya yang memperkenalkan nilai historis kepada generasi muda.

Selain promosi digital, tahun 2022 ditandai dengan kolaborasi strategis bersama berbagai institusi nasional seperti Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. Kerja sama ini memperkuat legitimasi historis dan memperluas jaringan publikasi melalui kanal resmi institusi. Dukungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh juga berkontribusi dalam validasi kultural melalui penyediaan referensi sejarah dan penyebaran informasi melalui jaringan pemerintah daerah. Dengan demikian, promosi tahun 2022 berfungsi sebagai strategi positioning awal yang menekankan kredibilitas dan pengakuan institusional.

b) Perencanaan Strategi Promosi Tahun 2023

Pada tahun 2023, strategi promosi mengalami pengembangan yang lebih progresif sebagai hasil evaluasi dari pelaksanaan sebelumnya. Jika tahun pertama berfokus pada pembangunan awareness dan legitimasi, maka tahun kedua diarahkan pada perluasan jangkauan audiens serta penguatan positioning event sebagai pertunjukan budaya yang konsisten dan berkelanjutan.

Media sosial tetap menjadi kanal utama, namun pengelolaannya dilakukan secara lebih terkonsep dan terjadwal. Visual promosi dirancang lebih matang dengan kualitas desain yang lebih kuat dan narasi yang lebih emosional. Intensitas unggahan yang konsisten menunjukkan adanya perencanaan konten yang lebih sistematis, sehingga engagement audiens dapat dipertahankan menjelang hari pertunjukan.

Selain itu, jaringan kolaborasi diperluas dengan melibatkan lebih banyak media partner, komunitas budaya, institusi pendidikan, serta platform hiburan digital. Strategi distribusi informasi tidak hanya melalui poster dan unggahan feed, tetapi juga melalui artikel daring, wawancara eksklusif, serta liputan pra dan pasca acara. Pendekatan ini menunjukkan bahwa promosi tahun 2023 bersifat lebih ekspansif dan terintegrasi lintas kanal.

Penguatan daya tarik juga terlihat melalui keterlibatan public figure seperti Derby Romero. Kehadiran figur publik dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi untuk meningkatkan engagement dan menarik perhatian generasi muda. Pendekatan ini mencerminkan adaptasi promosi terhadap preferensi audiens yang lebih responsif terhadap sosok populer.

Secara keseluruhan, perbandingan antara tahun 2022 dan 2023 menunjukkan adanya pergeseran dari strategi promosi berbasis legitimasi institusional menuju strategi yang lebih agresif, adaptif, dan berorientasi pada perluasan pasar. Perkembangan ini mencerminkan proses manajerial yang evaluatif dan progresif dalam upaya membangun keberlanjutan Event Keumalahayati sebagai media promosi budaya Aceh.

5) Perencanaan Anggaran

a) Perencanaan Anggaran Tahun 2022

Perancangan anggaran pada penyelenggaraan Event Keumalahayati tahun 2022 menunjukkan bahwa pengelolaan biaya dilakukan secara sistematis dan berbasis prioritas. Mengingat skala produksi drama musikal yang besar, penyusunan anggaran diawali dengan pendataan menyeluruh terhadap seluruh kebutuhan produksi,

mulai dari komponen utama seperti sewa venue dan teknis panggung hingga kebutuhan operasional seperti konsumsi kru dan transportasi. Proses ini dilakukan dengan mengacu pada pengalaman vendor sebelumnya serta pembaruan harga terbaru guna menjaga akurasi perhitungan.

Komponen *venue* menjadi titik awal perencanaan karena memiliki nilai biaya signifikan, khususnya dengan penggunaan fasilitas di Teater Taman Ismail Marzuki. Selain venue, produksi panggung dan kebutuhan teknis seperti tata cahaya dan tata suara menjadi pos anggaran terbesar karena pertunjukan dikemas dalam format drama musikal profesional. Biaya dekorasi, properti, honorarium talent, publikasi, dokumentasi, serta kebutuhan operasional lainnya disusun secara rinci untuk memastikan tidak terjadi pembengkakan yang tidak terkontrol.

Strategi efisiensi juga diterapkan melalui keterlibatan sejumlah pengisi acara yang berpartisipasi tanpa honorarium komersial, khususnya dalam kegiatan pendukung seperti webinar. Langkah ini menunjukkan adanya pendekatan kolaboratif dalam mendukung misi budaya yang diusung. Dari sisi pendanaan, tahun 2022 masih sangat bergantung pada dukungan sponsor. Tercatat sebanyak 18 pihak sponsor terlibat, baik dari sektor pemerintahan, BUMN, maupun swasta nasional. Ketergantungan pada sponsorship ini menandakan bahwa model pendanaan tahun pertama masih berorientasi pada dukungan eksternal sebagai fondasi keberlangsungan event. Secara keseluruhan, pengelolaan anggaran tahun 2022 berfokus pada stabilitas dan pengendalian biaya agar produksi perdana dapat terlaksana secara optimal tanpa melampaui kapasitas pendanaan yang tersedia.

b) Perencanaan Anggaran Tahun 2023

Pada tahun 2023, pengelolaan anggaran tetap dilakukan dengan prinsip sistematis dan berbasis prioritas, namun menunjukkan peningkatan skala dan kompleksitas. Evaluasi dari penyelenggaraan sebelumnya mendorong manajemen untuk meningkatkan kualitas produksi, terutama pada aspek artistik seperti penambahan properti

miniatur kapal serta penguatan tata visual. Konsekuensinya, alokasi biaya untuk dekorasi, properti, serta honorarium talent mengalami peningkatan.

Selain peningkatan kualitas produksi, strategi publikasi juga memperoleh alokasi anggaran yang lebih besar untuk mendukung distribusi konten promosi digital dan kerja sama media partner. Total anggaran tahun 2023 berada pada kisaran yang lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, mencerminkan adanya ekspansi produksi sekaligus peningkatan profesionalisme dalam pengelolaan event berskala besar.

Perbedaan paling signifikan terletak pada strategi pendanaan. Jika tahun 2022 masih mengandalkan sponsor sebagai sumber utama, maka pada tahun 2023 diterapkan sistem tiket berbayar dengan beberapa kategori tempat duduk. Diversifikasi sumber pemasukan ini menunjukkan adanya pergeseran model pembiayaan menuju pendekatan yang lebih mandiri dan berkelanjutan. Penerapan tiket tidak hanya berfungsi sebagai sumber dana tambahan, tetapi juga sebagai indikator bahwa *event* telah memiliki nilai jual dan daya tarik pasar yang lebih kuat.

Selain itu, tahun 2023 juga mengalokasikan anggaran untuk kegiatan pendukung berupa seminar sebagai bagian dari strategi promosi dan edukasi. Integrasi antara kegiatan utama dan kegiatan pendukung ini menunjukkan bahwa manajemen anggaran tidak hanya mempertimbangkan aspek produksi, tetapi juga strategi komunikasi yang lebih luas.

Dengan demikian, pengelolaan anggaran tahun 2023 mencerminkan perkembangan manajerial yang lebih matang. Jika tahun 2022 berfokus pada pengendalian dan stabilitas biaya melalui dukungan sponsor, maka tahun 2023 menunjukkan diversifikasi pendanaan, peningkatan kualitas produksi, serta integrasi strategi finansial dan komunikasi dalam menjaga keberlanjutan *event* Keumalahayati.

d. Koordinasi (*Coordinating*) Event Keumalahayati

Tahap koordinasi (*Coordinating*) dalam penyelenggaraan *event* Keumalahayati menunjukkan bahwa Gema Citra Nusantara menerapkan pola koordinasi yang terstruktur dan berkelanjutan untuk menyelaraskan seluruh elemen produksi. Koordinasi dilakukan sebagai upaya memastikan setiap divisi baik internal maupun eksternal dapat berkerja sesuai peran dan tanggung jawab masing – masing. Koordinasi merupakan proses penyatuan berbagai aktivitas agar pelaksanaan organisasi berjalan efektif dan tidak saling tumpang tindih (Hasibuan , 2019).

1) Koordinasi (Coordinating) Event Keumalahayati Tahun 2022

Tahap koordinasi pada penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2022 menunjukkan bahwa Gema Citra Nusantara menerapkan pola komunikasi yang terstruktur sekaligus fleksibel. Sebagai pelaksanaan perdana dalam skala besar dengan melibatkan sekitar 80 cast drama musikal, koordinasi menjadi faktor penentu kelancaran produksi. Kompleksitas jumlah pemain, tim kreatif, serta pihak eksternal menuntut adanya sistem komunikasi yang jelas dan terpusat.

Koordinasi dilakukan melalui rapat rutin untuk menyamakan visi, membahas progres latihan, serta memastikan pembagian tugas berjalan sesuai rencana. Setelah pembagian kerja ditetapkan, komunikasi teknis dilanjutkan melalui grup WhatsApp aktif yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat. Sistem ini membantu meminimalkan miskomunikasi di tengah dinamika produksi drama musikal yang melibatkan banyak elemen artistik dan teknis.

Latihan terjadwal menjadi bagian dari proses penyelarasan antar divisi, khususnya dalam mengintegrasikan koreografi, musik, dan blocking panggung. Pada tahun 2022, pelaksanaan gladi bersih menjadi tahap penting dalam koordinasi teknis. Gladi bersih berfungsi sebagai simulasi penuh untuk menguji sinkronisasi tata cahaya, tata suara, perpindahan adegan, serta pergerakan pemain. Selain itu, briefing resmi satu hingga dua hari sebelum pertunjukan serta briefing singkat pada hari-H dilakukan untuk memastikan

seluruh divisi memahami alur acara dan langkah antisipasi terhadap potensi kendala.

Menariknya, pola koordinasi tahun 2022 tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga humanis. Rapat dilakukan dalam suasana yang lebih santai untuk membangun keterbukaan komunikasi dan kenyamanan antaranggota tim. Pendekatan ini menunjukkan bahwa koordinasi tidak hanya bertujuan mengatur teknis, tetapi juga menjaga kekompakan dan stabilitas emosional tim produksi.

2) Koordinasi (Coordinating) Event Keumalahayati Tahun 2023

Pada tahun 2023, pola koordinasi yang telah terbentuk sebelumnya dipertahankan karena terbukti efektif. Namun, peningkatan jumlah cast menjadi 86 orang serta pengembangan skala produksi membuat kebutuhan koordinasi menjadi lebih kompleks. Tantangan tidak hanya terletak pada pengaturan jadwal latihan, tetapi juga pada sinkronisasi elemen artistik yang semakin variatif.

Rapat rutin, briefing harian sebelum latihan, serta komunikasi melalui grup divisi tetap menjadi mekanisme utama koordinasi. Perbedaannya, pada tahun 2023 setiap divisi memiliki koordinator lapangan yang berfungsi sebagai penghubung antara tim kreatif dan manajemen. Sistem ini mempercepat arus informasi dua arah dan membantu pengambilan keputusan secara lebih terkontrol.

Gladi bersih pada tahun 2023 memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya karena melibatkan kolaborasi dengan Batavia Chamber Orchestra. Sinkronisasi antara orkestra, koreografi, tata cahaya, serta pergantian adegan membutuhkan presisi yang lebih detail. Oleh karena itu, gladi bersih tidak hanya menjadi simulasi teknis, tetapi juga tahap integrasi menyeluruh seluruh elemen produksi.

Briefing resmi tetap dilaksanakan satu hingga dua hari sebelum pertunjukan dan diperkuat dengan briefing singkat pada hari pelaksanaan. Dalam situasi perubahan mendadak, sistem komunikasi berbasis grup divisi memungkinkan respons cepat dan pengambilan keputusan kolektif. Fleksibilitas dan kemampuan berimprovisasi menjadi bagian penting dari koordinasi, terutama ketika harus

menyesuaikan urutan tampil atau mengatasi kendala teknis tanpa mengganggu keseluruhan alur acara.

Secara keseluruhan, koordinasi pada tahun 2023 menunjukkan perkembangan dari segi kompleksitas namun tetap mempertahankan pola dasar yang sama seperti tahun 2022. Sistem rapat rutin, pembagian tugas yang jelas, komunikasi intensif, serta pendekatan humanis menjadi fondasi koordinasi antara Gema Citra Nusantara dan Papatong Artspace. Hal ini menunjukkan bahwa tahap *coordinating* dalam *event* Keumalahayati tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga strategis dalam menjaga integrasi antar elemen produksi dari tahap persiapan hingga pelaksanaan.

e. Evaluasi (*Evaluating*) Event Keumalahayati

Tahap evaluasi merupakan bagian penting dalam manajemen *event* Keumalahayati karena berfungsi untuk menilai tingkat pencapaian tujuan penyelenggaraan serta sebagai dasar perbaikan pada pelaksanaan berikutnya. Gema Citra Nusantara melaksanakan evaluasi secara menyeluruh dan terstruktur dengan melibatkan seluruh unsur panitia dan tim kreatif setelah *event* selesai dilaksanakan. Evaluasi ini tidak hanya berorientasi pada aspek teknis juga mencakup efektivitas penyampaian pesan budaya dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

1) Evaluasi Event Keumalahayati Tahun 2022

Tahap evaluasi pada penyelenggaraan *event* Keumalahayati tahun 2022 dilaksanakan segera setelah pertunjukan melalui rapat internal yang melibatkan panitia, tim kreatif, serta perwakilan pengisi acara. Sebagai penyelenggaraan perdana, evaluasi berfungsi sebagai refleksi menyeluruh terhadap sistem kerja yang telah dirancang, sekaligus menjadi dasar perbaikan untuk tahun berikutnya.

Dari sisi teknis, indikator keberhasilan diukur melalui kesesuaian pelaksanaan dengan rundown, kelancaran transisi antaradegan, serta minimnya gangguan selama pertunjukan berlangsung. Pelaksanaan gladi bersih sebelumnya dinilai efektif dalam menekan potensi kesalahan teknis di hari-H. Selain itu, evaluasi juga menyoroti efektivitas koordinasi tim dan efisiensi penggunaan anggaran sebagai bagian dari pengukuran keberhasilan manajerial.

Dari sisi audiens, jumlah penonton sekitar 357 orang pada event perdana yang diselenggarakan secara gratis menunjukkan tingkat penerimaan publik yang cukup baik pada tahap awal pengenalan. Respons positif melalui media sosial Instagram @gemacitr Nusantara turut menjadi indikator awal terbentuknya awareness terhadap *event*. Meskipun demikian, jangkauan digital pada tahun 2022 masih dalam tahap pembangunan citra dan belum sepenuhnya optimal.

Dalam aspek kemitraan, keterlibatan 18 sponsor dari sektor pemerintahan, BUMN, dan swasta menunjukkan kuatnya dukungan jejaring institusional pada fase awal. Evaluasi menegaskan bahwa model pendanaan tahun pertama masih sangat bergantung pada sponsor dan relasi kolaboratif. Hal ini menjadi catatan penting untuk pengembangan model pembiayaan yang lebih berkelanjutan pada tahun berikutnya.

Secara keseluruhan, evaluasi tahun 2022 berfungsi sebagai tahap pembelajaran organisasi (*organizational learning*), di mana Gema Citra Nusantara mengidentifikasi kekuatan sistem koordinasi, efektivitas teknis, serta potensi pengembangan promosi dan pendanaan.

2) Evaluasi *Event* Keumalahayati Tahun 2023

Pada tahun 2023, mekanisme evaluasi tetap menggunakan sistem yang sama seperti tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa struktur evaluasi yang dibangun sejak penyelenggaraan pertama dianggap sudah komprehensif dan efektif. Evaluasi tetap mencakup aspek teknis, manajerial, audiens, kemitraan, serta penyampaian pesan budaya.

Meskipun mekanismenya tidak berubah, hasil capaian menunjukkan perkembangan signifikan. Jumlah penonton meningkat menjadi sekitar 575 orang meskipun telah diterapkan sistem tiket berbayar. Peningkatan ini mengindikasikan bertambahnya kepercayaan publik serta terbentuknya loyalitas audiens terhadap *event* Keumalahayati. Dari perspektif manajemen *event*, keberhasilan ini menunjukkan adanya peningkatan nilai persepsi di mata penonton.

Dalam aspek promosi, media partner pada tahun 2023 menunjukkan perluasan distribusi publikasi dan peningkatan aktivitas digital. *Engagement* media sosial meningkat, terlihat dari bertambahnya

komentar, unggahan ulang, dan interaksi audiens terhadap konten promosi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mengalami penguatan dibandingkan tahun sebelumnya.

Dari sisi pendanaan, penerapan sistem tiket berbayar menciptakan model pembiayaan yang lebih seimbang. *Event* tidak lagi sepenuhnya bergantung pada sponsor, melainkan memiliki sumber pemasukan mandiri dari penjualan tiket. Kondisi ini menunjukkan adanya perkembangan dalam aspek keberlanjutan finansial.

Evaluasi tahun 2023 juga tidak hanya berfokus pada kelancaran teknis, tetapi menilai sejauh mana pesan budaya dan nilai historis yang diangkat benar-benar tersampaikan kepada audiens. Hal ini menunjukkan bahwa indikator keberhasilan tidak semata-mata kuantitatif, tetapi juga kualitatif, terutama dalam konteks event berbasis budaya.

2. *Event* Keumalahayati sebagai Media Promosi Budaya Aceh

Event Keumalahayati memiliki peran strategis sebagai media promosi budaya Aceh melalui pendekatan artistik, edukatif, dan publikasi media. Dalam konteks manajemen *event* budaya, pertunjukan tidak hanya diposisikan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium komunikasi budaya yang bertujuan memperkenalkan nilai, sejarah, dan identitas lokal kepada masyarakat luas. *event* budaya berfungsi sebagai alat komunikasi strategis untuk membangun pemahaman dan citra budaya di ruang publik. (Ruslan, 2018).

Selain sebagai hiburan, *event* Keumalahayati berfungsi sebagai sarana edukasi budaya. Melalui alur cerita dan dialog pertunjukan, penonton diperkenalkan pada sejarah tokoh perempuan Aceh, nilai kepemimpinan, keberanian, serta peran perempuan dalam perjuangan sejarah. Fungsi edukatif ini memperkuat posisi *event* sebagai media pembelajaran nonformal yang mampu menyampaikan pesan sejarah dan budaya secara komunikatif dan menarik.

Respons dan antusiasme penonton menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas *event* Keumalahayati sebagai media promosi budaya Aceh. Keterlibatan penonton selama pertunjukan, tanggapan positif yang disampaikan secara langsung, serta interaksi di media sosial menunjukkan bahwa pesan budaya yang disampaikan mampu menarik perhatian dan meninggalkan kesan mendalam. Penonton tidak

hanya menikmati pertunjukan, tetapi juga memperoleh pengetahuan baru mengenai sosok Keumalahayati dan budaya Aceh secara umum.

Event Keumalahayati berperan signifikan sebagai media promosi budaya Aceh yang mengintegrasikan unsur seni, edukasi, kolaborasi, dan media komunikasi. Melalui pengalaman artistik yang mendalam. *Event* ini tidak hanya memperkenalkan budaya Aceh kepada masyarakat luas tetapi juga mendorong tumbuhnya ketertarikan dan kesadaran budaya khususnya terhadap peran perempuan dalam sejarah Aceh dan Indonesia.

Dampak *event* Keumalahayati terhadap penonton tidak hanya terlihat pada tingkat antusiasme selama pertunjukan berlangsung, tetapi juga pada perubahan pengetahuan, sikap, dan ketertarikan penonton terhadap budaya Aceh. Banyak penonton yang sebelumnya tidak memiliki pemahaman mendalam mengenai sosok Laksamana Keumalahayati maupun sejarah perjuangan perempuan Aceh, kemudian memperoleh wawasan baru setelah menyaksikan pertunjukan. Hal ini menunjukkan bahwa *event* Keumalahayati berfungsi efektif sebagai media transmisi nilai budaya dan sejarah kepada audiens.

Selain dampak kognitif *event* ini juga memberikan dampak afektif berupa munculnya rasa ketertarikan, kebanggaan, dan apresiasi terhadap budaya Aceh. Representasi budaya yang dikemas secara artistik dan modern membuat penonton lebih mudah menerima pesan budaya tanpa merasa digurui. Pengalaman menonton tidak hanya dipahami sebagai konsumsi hiburan, tetapi juga sebagai pengalaman budaya yang membangun kedekatan emosional antara audiens dengan nilai-nilai lokal yang ditampilkan.

Dampak lanjutan juga terlihat dari perilaku penonton setelah acara berlangsung khususnya melalui aktivitas di media sosial. Unggahan ulang konten pertunjukan, komentar positif, serta diskusi daring mengenai sosok Keumalahayati menunjukkan bahwa pesan budaya tidak berhenti di ruang pertunjukan, tetapi berlanjut ke ruang publik digital. Hal ini memperluas jangkauan promosi budaya Aceh dan memperkuat fungsi *event* sebagai media komunikasi budaya yang berkelanjutan.

Tabel 3. 2 Analisis SWOT

Aspek	Keumalahayati 2022	Keumalahayati 2023
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	• Tahap <i>reasearch</i> dilakukan mendalam sejak 2014 dengan riset historis dan validasi ahli waris sehingga cerita kuat dan autentik. • <i>Design</i> menekankan pengenalan budaya Aceh yang secara konsisten melalui tari, musik, dan kostum tradisional. • <i>Planning</i> fokus pada pembentukan fondasi cerita dan pesan edukatif tentang sosok Keumalahayati. • <i>Coordinating</i> internal tim kreatif sudah terstruktur meskipun berskala awal.	• <i>Reasearch</i> dikembangkan dengan mempertimbangkan respons audiens tahun sebelumnya. • <i>Design</i> lebih matang dengan visual, properti, dan tata panggung yang lebih megah. • <i>Planning</i> lebih detali karena adanya pengalaman tahun sebelumnya. • <i>Coordinating</i> anatar tim semakin solid dan efektif. • Evaluating dari tahun sebelumnya jumlah penonton meningkat pada tahun 2022 jumlah penonton 375 sedangkan pada tahun 2023 jumlah penonton 575
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	• <i>Planning</i> produksi masih terbatas pada sumber daya dan anggaran. • <i>Design</i> tata panggung dan properti relative sederhana. • Promosi belum menjangkau audiens yang lebih luas.	• Kompleksitas <i>coordination</i> meningkat seiring skala produksi yang lebih besar. • Kebutuhan biaya dan teknis produksi menjadi lebih tinggi.

<i>Opportunities</i> (Peluang)	• Minimnya pengetahuan publik tentang sosok Keumalahayati membuka peluang edukasi sejarah dan budaya. • Format drama musikal sebagai media promosi budaya jarang digunaka.	• Dukungan sponsor dan media partner meningkat. • Antusiasme penonton membuka peluang menjadikan <i>event</i> sebagai agenda budaya berkelanjutan. • Potensi pengembangan konsep artistik dan skala event lebih besar.
<i>Threats</i> (Ancaman)	• Risiko kurangnya minat audiens kara <i>event</i> budaya belum populer di kalangan generasi muda. • Tantangan menjaga akurasi sejarah dalam bentuk pertunjukan.	• Ekspetasi penonton yang semakin tinggi terhadap kualitas pertunjukan. • Tantangan menjaga konsistensi nilai budaya di tengah pengembangan artistik.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Event Keumalahayati merupakan bentuk pengelolaan *event* budaya yang dirancang secara terstruktur dan memiliki tujuan edukatif serta promotif terhadap budaya Aceh. Meskipun *event* ini dikemas dalam bentuk pertunjukan seni modern berupa drama musikal substansi budaya Aceh tetap menjadi fokus utama dalam penyelenggaraan. Hal ini menunjukkan bahwa *event* Keumalahayati tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga menjadi media komunikasi budaya kepada masyarakat khususnya generasi muda.

Manajemen *event* Keumalahayati yang diterapkan oleh Gema Citra Nusantara mengacu pada tahapan manajemen *event* yaitu *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*. Pertama pada tahapan *research* (riset) yang dua fase menunjukkan pendekatan yang komprehensif. Pada tahun 2022, riset berfokus pada penguatan validitas historis dan legitimasi konseptual melalui penelusuran literatur, konsultasi dengan ahli waris, dan verifikasi faktual. Sementara itu, riset tahun 2023 lebih bersifat evaluatif dan pengembangan kualitas berdasarkan respons audiens terhadap kedepanan pertama.

Pada tahap *design* (desain) mengalami perkembangan signifikan dari tahun 2022 ke 2023. Tahun 2022 berfokus pada pembentukan fondasi identitas artistik dengan penekanan pada simbolisme budaya Aceh melalui warna (merah, emas, hitam), gerakan tari tradisional (Saman dan Ratoh Jaroe), serta musik tradisional yang dipadukan dengan sentuhan modern. Tahun 2023 menunjukkan peningkatan kualitas produksi dengan penambahan properti fisik kapal, tata panggung yang lebih monumental, dan visual yang lebih ekspresif.

Lalu tahap *planning* (perencanaan) mencakup komponen utama seperti konsep cerita, elemen artistik, tim produksi, strategi promosi, dan anggaran biaya. Perencanaan anggaran dilakukan secara sistematis dengan kisaran 700-800 juta rupiah pada 2022 dan 900 juta-1,2 miliar rupiah pada 2023. Strategi promosi menggabungkan metode konvensional dan digital dengan media sosial sebagai kanal utama.

Tahap *coordinating* (koordinasi) diterapkan melalui sistem komunikasi terstruktur yang melibatkan rapat rutin, grup WhatsApp divisi, gladi bersih, dan briefing harian. Peningkatan jumlah cast dari 80 orang (2022) menjadi 86 orang (2023)

serta keterlibatan Batavia Chamber Orchestra pada 2023 menunjukkan kompleksitas koordinasi yang semakin meningkat.

Pada tahapan terakhir *evaluating* (evaluasi) dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur pasca-penyelenggaraan dengan melihat indikator keberhasilan teknis, efektivitas koordinasi, dan respons audiens. Jumlah penonton meningkat dari 357 orang (2022) menjadi 575 orang (2023), menunjukkan pertumbuhan kepercayaan publik terhadap event ini.

Event Keumalahayati berhasil menjalankan fungsi promosi budaya Aceh melalui pendekatan Artistik, edukatif, kolaboratif, dan publikasi. Integrasi unsur-unsur budaya Aceh seperti songket, ornamen tradisional, musik tradisional (*rapa'i* dan *serune kalee*), serta tari tradisional ke dalam format drama musikal modern menciptakan representasi budaya yang autentik namun tetap relevan bagi generasi muda. Kolaborasi dengan berbagai pihak termasuk Papatong Artspace, instansi pemerintah, media partner, dan public figure memperluas jangkauan promosi budaya Aceh secara masif.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada tahap pengumpulan data terutama berkaitan dengan keterbatasan akses informasi dari objek penelitian. Data yang diperoleh dari pihak terkait sebagian besar masih bersifat umum dan belum sepenuhnya mencakup informasi mendalam yang dibutuhkan untuk analisis secara lebih rinci. Terbatasnya akses terhadap data internal tersebut menyebabkan ruang peneliti dalam mengkaji penerapan manajemen event Keumalahayati menjadi tidak sepenuhnya komprehensif.

C. SARAN

1. Saran Bagi Penyelenggara *Event* Keumalahayati

Gema Citra Nusantara disarankan untuk mempertahankan dan terus mengembangkan pengelolaan *event* Keumalahayati sebagai media promosi budaya Aceh. Penguatan dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas perencanaan, pendokumentasian, serta evaluasi *event* secara lebih sistematis. Selain itu, penyelenggara juga diharapkan dapat memperdalam penyampaian unsur edukasi budaya Aceh agar pesan budaya yang disampaikan dapat dipahami secara lebih mendalam oleh audiens.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas fokus penelitian dengan mengkaji event Keumalahayati dari sisi audiens. Penelitian dapat diarahkan

untuk melihat bagaimana pemahaman, persepsi, serta respons audiens terhadap pengenalan tokoh Keumalahayati dan nilai-nilai budaya Aceh yang disampaikan melalui seni pertunjukan. Selain itu, kajian dari sudut pandang audiens juga dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana event Keumalahayati mampu menumbuhkan ketertarikan terhadap tokoh-tokoh sejarah Aceh yang selama ini kurang dikenal. Dengan menambahkan perspektif audiens, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi kajian mengenai manajemen event Keumalahayati dan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang peran event sebagai media promosi budaya Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiani, M. (2021). Analisis Manajemen Evenet Danau Semayang Sebagai Ikon Wisata Di Desa Wisata Pela,Kukar,Kalimantan Timur. *AMPTA*.
- Amelia, F., & Misnawati, D. (2025). Manajemen Event Dinas Pariwisata Pada Event Festival Jazz Internasional Suara Musi 2024. *Journal of Communication and Social Sciences*, 1-15.
- Atyra, K. D., & Adawiyah, S. E. (2024). IMPLEMENTASI EVENT MANAGEMENT DALAM OPTIMALISASI PUBLIC RELATIONS ORGANISASI . *Jurnal JP2N*, 11-19.
- Ayunda, F. B., & Megantari, K. (2021). Analisis manajemen event Reyog Jazz sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran budaya dan wisata Kabupaten Ponorogo. *COMMICAST*, 81-89.
- Bowdin, G. A., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I., & O'Toole, W. (2021). *Event Management* (Vol. 4). Inggris: Taylor & Francis Group.
- Desiana , J. F., & Rahmat, A. (2024). Analisis Manajemen Event Halo Bnadung On The Spot Pada Sub Bagian Protokol Komunikasi Pimpinan Kota Bnadung . *Journal Of Digital Communication Science*, 124-131.
- Faustyna. (2021). *Manajemen Penerbitan Public Relations* . Medan: UMSU PRESS.
- Faustyna. (2024). *Marketing Event Public Relations* . Medan : UMSU PRESS.
- Fiantika, F. R. (2022). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* . Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Glodblatt. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hasibuan , M. S. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara .
- Jatengdaily.com. (2022, Maret 20). *Peringati HUT Ke-17, GCN Kerja Bareng Papatong Artspace Gelar Pertunjukan 'Keumalahayati – Laskar Inong Bale'*. Hentet fra Jatengdaily.com: <https://jatengdaily.com/2022/peringati-hut-ke-17-gcn-kerja-bareng-papatong-artspace-gelar-pertunjukan-keumalahayati-laskar-inong-bale/>
- Jones , M. (2017). *Sustainabel Event Management: A Practical Guied*. London : Taylor & Francis Group.
- Lestari, M. T. (2021). *PUBLIC REALTIONS EVENT: Membangun Image, Reputasi dan Mutual Understanding*. Jakarta: Prenada Media .
- Noor, A. (2017). *Manajemen Event: Edisi Revisi*. Bandung : Alfabeta .
- Page, S. J., Connell, J., & Berridge, G. (2020). *The Routledge Handbook of Events*. Inggris: Routledge.

- Pasos, A. (2020). *The Event Marketing Playbook – Everything You'll Ever Need to Know About Events*. German: self published.
- Putri , & Mulyana . (2020). Manajemen Event Sebagai Praktek PR dalam Membangun Citra Perusahaan. . *Prosiding Hubungan Masyarakat*.
- Robbins , R. S. (2023). *Management (Edisi ke-16 atau Global Edition)*. New York: Pearson Education.
- Ruslan, R. (2018). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Shone , A., & Parry , B. (2019). *Successful Event Management: A Practical Handbook* (Ke5. utg.). United Kingdom: Cengage Learning.
- Sulistiyono. (2024). *Manajemen Event Olahraga*. Yogyakarta : UNY Press.
- Teresiana , A. (2018). *Metode Penelitian* . Yogyakarta : YOGYAKARTA: START UP .
- Utami, H. (2021). *MANAJEMEN EVENT DAN PROYEK: Antara Konsep dan Praktiknya*. Jakarta : UNJ PRESS.
- Wahyudi. (2019). *Manajemen Event* . Yogyakarta : Deepubkish.
- Wicaksono. (2021). Manajemen event Lampung Krakatau Festival 2019 dalam. *dspaceuii*, 1-80. Hentet fra <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/34526>
- Wijaya , S., Kristan, M., Thio, S., & Jokom , R. (2020). *Manajemen Event Konsep Dan Aplikasi* . Jakarta : PT Rajagrafindo Persada .

LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

NARASUMBER 1

Nama : Mira Marina Arismunandar
Jabatan : Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Produser Eksekutif Keumalahayati
Tanggal : 13 September 2025
Tempat : Amirah Omah Seni (JL. Kesehatan, Bintaro, Kota Jakarta Selatan)

Keterangan

Pewawancara : P

Narasumber : N

P	Boleh perkenalkan namanya?
N	Perkenalkan nama saya Mira Marina Arismunandar biasa dipanggil tante mira. Disini saya sebagai ketua dari organisasi Gema Citra Nusantara dan produser eksekutif dari Event Keumalahayati.
P	Bisakah tante mira menjelaskan bagaimana sejarah terbentuknya Gema Citra Nusantara ini?
N	Sebenarnya Sejarah terbentuknya itu, semula dari iseng – iseng aja kak Anggun beserta teman – temannya itu datang ke GCN. Jadi sebenarnya kak Anggun di organisasi ini udah senior banget sejak berdiri dan termasuk pendiri ya. Jadi waktu itu ada 17 anak UI di ekonomi sama psikologi ya.. atau apa sih yang datang ke saya dan minta untuk belajar. Jadi menurut saya dari situ kita membuat organisasi ini. Awal mulanya dari situ sangat simpel, ternyata sampai sekarang nggak berhenti dan tahun ini tahun ke – 21. jadi sebenarnya sangat simpel banget awal mulanya seperti itu lalu didirikan sebagai dedikasi kita kepada seniman aceh yang terkena tsunami waktu itu.
P	Tepatnya di tanggal berapa ya tante?
N	Tepatnya di dirikannya tanggal 5 desember 2004
P	Apa saja visi misi dari organisasi Gema Citra Nusantara?
N	Lalu untuk visi dan misi. Visi Gema Citra Nusantara sebenarnya sederhana banget engga ada... visi Gema Citra Nusantara cn itu sebenarnya bukan hanya untuk spesifik di menari. Jadi sebenarnya di <i>character building</i> . Jadi menciptakan individu yang berbudaya. Jadi sebenarnya karena ini sanggar tari kita menghubungkannya

	menciptakan menjadi penari yang berbudaya. Jadi bukan penari yang bagus. Bagusnya boleh tetapi hatinya bagus dan dia menghargai budaya leluhur. Seperti gotong royong. Di sini kan kita engga mungkin hidup egois kita merasa sombong bukan yang seperti itu. Gcn adalah tempat untuk menampung para generasi penerus bangsa yang ingin belajar bersama, <i>sharing</i> bareng dan juga ingin membentuk karakter mereka menjadi anak – anak indonesia yang berbudaya.
P	Apakah filosofi dari logo Gema Citra Nusantara?
N	Kalau untuk logo mengapa kita memilih logo itu karena masih sejalan sama visi dan misi yang tadi. Kita berharap menjadikan Gema Citra nusantara ini tempat untuk melahirkan penari – penari yang berbudaya. Jadi mereka bisa belajar. Mereka datang ada yang sudah bisa menari dan ada yang benar – benar dari nol. Mereka belajar bersama disini dari tidak bisa apa – apa pelan – pelan berubah menjadi penari yang bisa menarik dengan baik dan sangat berbudaya dan juga disini mereka bisa membentuk karakternya itu sejalan dengan kisah kupu – kupu mungkin. Ini logonya kan kupu – kupu. Kupu – kupu itu siklus hidupnya dimulai dari kepompong kemudian ulat dan berubah menjadi kupu – kupu yang cantik dan itu kita berharap itu selaras dari kepompong itu dari adik – adik ini yang tadinya tidak bisa menari dan mungkin karakternya belum terbangun. Mereka menjalani dan menikmati prosesnya di Gema Citra Nusantara. Sehingga bisa berhasil menjadi seekor kupu – kupu dan menjadi penari yang bisa menari dengan baik, bagus, dan berkarakter. Disamping itu kupu – kupu kan terbang ya. Jadi kita gema akan bergema kemana – mana. Makannya kita Gema Citra Nusantara. Supaya nama kita itu akan terdengar. Begitu mereka sudah jadi kita akan menyebarkan dan melestarikan budaya kemanapun. gitu mereka sudah jadi kita akan menyebarkan dan melestarikan budaya kemanapun.
P	Bisa jelaskan secara singkat saja apa itu event Keumalahayati?
N	Mungkin secara singkatnya ya.. Keumalahayati itu merupakan sebuah mahakarya berupa drama musikal yang kami produksi bukan hanya menjadi tontonan seni saja tapi cara untuk mengenalkan sosok Keumalahayati kepada generasi sekarang. Jadi lewat drama musikal ini kami Gema Citra Nusantara ingin cerita perjuangan beliau bisa terasa lebih dekat, hidup dan mungkin juga yaa,,, bisa menjadi inspirasi untuk menghargai budaya yang ada sekarang.
P	Bagaimana sih awal mul ide atau gagasan untuk menyelenggarakan event Keumalahayati ini

N	Karena saya sebenarnya sudah <i>research</i> sudah dari tahun 2014 dan saya membaca bahwa sosok Keumalahayati ini Adalah seorang yang gigih Laksamana pertama Perempuan di dunia yang ternyata dari Indonesia dan mempunyai jiwa yang luar biasa. banyak nilai – nilai yang positif yang ada di Keumalahayati dan juga menurut saya nilai yang positif itu bisa menjadi inspirasi bagi adik – adik sekarang. Jadi adik – adik yang generasi penerus. Dimana dia semangatnya, cinta tanah air dimana dia membela Aceh waktu itu melawan Cornelis De Houtman yang banyak membuat ketidaknyamanan pada saat itu di Aceh dan di bunuh oleh rencongnya dengan keberanian yang luar biasa. Tetapi dia setia dan dia cinta sama tanah air. Jadi memang dia itu melakukan ini karena dia kecintaan dengan tanah air dan ingin membela negara. Jadi sosok itu yang menginspirasi saya dan Keumalahayati itu belum terlalu dikenal. Kenapa kita harus sosialisasikan karena keumalahayati baru mendapat anugerah menjadi pahlawan nasional itu di tahun 2017. sedangkan dia itu hidupnya di akhir abad 15 di awal abad 16, Cut Nyak Dien saja belum lahir. Tetapi cut nyak dien lebih terkenal dari Keumalahayati. Kita membuat ini juga enggga sembarang, setelah melakukan <i>research</i> juga kita menghubungi ahli waris jadi kita sudah seizin. Jadi memang sosok ini keren sekali. Jadi pada tahun 2023 dinyatakan pada UNESCO bawah tanggal 1 januari hari kelahiran beliau merupakan hari internasional. Jadi memang mendapatkan pengakuan secara internasional. Jadi selain itu saya melihat Gema Citra Nusantara itu Perempuan semua. Dimana keumalahayati itu membentuk suatu pasukan Perempuan inong bale. Jadi pada saat itu inong bale Adalah Perempuan janda. Pada saat ini ditinggal oleh suaminya yang meninggal di medan perang. Jadi mereka membentuk pasukan untuk melawan penjajah, karena mereka bukan dendam sih. tetapi kalau mengingat suaminya yang terbunuh pada saat itu dan juga sebenarnya keumalahayati adalah tentara. Jadi keumalahayati itu sejak sma sudah ditanya oleh ayahnya mau menjadi apa dia jawab menjadi tentara jadi ini anak darah biru anak bangsawa
P	Apa tujuan utama dari diselenggarakannya event Keumalahayati?
N	Ya.. tujuannya yaitu untuk memperlihatkan juga bahwa sebenarnya kita ingin mensosialisasi membantu pemerintah untuk. Jadi Gema Citra Nusantara di umur yang ke 21 tahun ini sudah penampilan yang ketiga ya insyaallah itu apa Namanya. Jadi yang jelas sosialisasi karena event Keumalahayati ini baru dinobatkan menjadi pahlawan nasional pada tahun 2017. Jadi kita masih punya tugas nih untuk membantu

	pemerintah mensosialisasikan beliau karena banyak sekali orang yang belum tahu tentang Keumalahayati. Kedua kita ingin menyuguhkan suatu pertunjukan yang epic. Maksudnya di pagelaran ini ada dari berbagai macam dari disiplin ilmu seni peran, seni tari, seni musik lalu itu semua kita menjadi satu. Dalam pertunjukan ini kita ingin memperlihatkan bahwa kita bisa membuat satu pertunjukan yang mendidik ya yang bisa menjadi contoh bagi generasi muda yang lainnya.
P	Selanjutnya bagaimana proses identifikasi audiens event Keumalahayati? Siapa saja yang menjadi target utama event?
N	Kalau audiens memang kita anak sekolah dan masyarakat secara luas. Tetapi juga generasi tua banyak yang belum tau juga tentang Keumalahayati. Jadi jangan gitu ya. Jadi kita bikin event Keumalahayati mereka belum tau juga siapa Keumalahayati jadi kesempatan juga buat mereka belajar. Jadi memang targetnya sebenarnya anak muda tapi tidak terlepas tetap semangat juga.
P	Pertanyaan selanjutnya bagaimana riset ataupun ditnyataakan kelayakan dilakukan sebelum event keumalahayati di putuskan untuk diselenggarakan?
N	Jadi kita sebenarnya melalui kurasi juga. Jadi sebenarnya kita mempertunjukan di Taman Ismail Marzuki mereka tidak tiba – tiba langsung setuju. Kita menyerahkan juga proposal untuk dikurasi oleh mereka. Karena pertunjukan yang berada di Taman Ismail Marzuki rata – rata melalui kurasi dengan Dewan Kesenian Jakarta. Jadi sebelum event Keumalahayati kami putuskan buat digelar pastinya ada proses riset dulu. Kami engga langsung ambil keputusan karena butuh pertimbangan yang matang apalagi ini bukan sekedar pertunjukan tari biasa. Pertama kami melihat dari sisi penonton. Sekarang banyak masyarakat atau generasi muda yang suka pertunjukan yang punya nilai sejarah dan pesan moral tapi kemasannya tetap modern dan menarik. Dari situlah kamu merasa kisah Keumalahayati punya potensi besar buat dijadikan drama musikal. Kami juga cek kesiapan tim dari seni musik sampai tim produksi apakah sanggup. Jadi intinya sebelum acara ini diselenggarakan kamu benar – benar melakukan observasi, diskusi, dan penilaian dari berbagai sisi. Setelah yakin semuanya bisa jalan dan pesannya bisa tersampaikan dengan baik baru kami putuskan buat menyelenggarakannya. Kami ingin pertunjukan ini bukan Cuma indah dilihat tapi juga bermakna dan bisa bikin orang lebih kenal sama sosok Keumalahayati dengan nilai – nilai perjuangannya dan mengetahui budaya Aceh.

P	Lalu bagaimana strategi atau cara untuk menentukan Lokasi dan waktu penyelenggaraan event Keumalahayati yang paling sesuai dengan tujuan promosi budaya Aceh?
N	Untuk strategi pemilihan Lokasi sebenarnya kita tidak terlalu ada strategi khusus ya. Cuma memang kalo di Jakarta sendiri ya gedung pertunjukan engga sebanyak itu jadi memang pilihannya sedikit. Jadi untuk lokasi sendiri kami cari tempat yang punya nilai sejarah atau atmosfer kali ya bisa dibilang yaitu atmosfer yang kuat. Kami juga pengen penonton bukan Cuma nonton pertunjukan saja tapi juga bisa mencerminkan semangat perjuangan dan budaya Aceh itu sendiri. Kalo untuk pemilihan waktu pelaksanaan kami sesuaikan dengan momen – momen yang berkaitan misalnya hari pahlawan atau ulang tahun Gema Citra Nusantara jadi intinya sih kita cari keseimbangan saja antara nilai budaya dan efektifitas promosi.
P	Selanjutnya bagaimana sih hasil riset yang sudah di lakukan memengaruhi Keputusan perencanaan kegiatan seperti tema, isi kegiatan atau bentuk promosi yang digunakan?
N	Ya mungkin setelah hasil riset yang kami lakukan itu sangat berpengaruh ya ke Keputusan perencanaan kegiatan. Jadi dari awal kamu udah ngelakuin riset untuk tahu sebenarnya apa yang dibutuhkan dan diminati oleh penonton terutama generasi muda supaya cara ini bisa relevan dan menarik. Dari hasil itulah kita menentukan tema besar, isi pertunjukan sampai cara promosi yang paling efektif bagaimana. nah dari situ lah isi kegiatan kami sesuaikan supaya tetap membawa nilai budaya Aceh tapi di kombinasikan dengan elemen pertunjukan yang lebih dinamis lagi misalnya.
P	Bagaimana proses perancangan konsep event Keumalahayati dilakukan setelah riset awal?
N	Kebetulan kami kan ada tim kreatif jadi kami tidak bekerja sendiri. jadi dari hasil riset yang tadi kami diskusikan dan kami susun pelan - pelan pertama dimulai dengan menentukan apa pesan utamanya dulu. apa sih pesan utamanya yaitu mengenalkan sosok Keumalahayati bukan hanya sebagai pahlawan perempuan tapi juga sebagai simbol kekuatan dan keberanian perempuan Aceh. setelah itulah kita berdiskusi dengan tim kreatif baru muncul konsep artistik baru dikembangkan oleh tim kreatif kaya sutadara, penulis skenario, koreografi abis itu penata musik juga. selain itu juga kami menyesuaikan konsep dengan kondisi nyata dilapangan misalnya ketersediaan

	anggaran, waktu latihan juga dan fasilitas gedung jadi prosesnya engga cuma idealis aja tapi harus realistis juga.
P	Apa saja pertimbangan utama dalam memilih tema dan desain visual event Keumalahayati agar sesuai dengan nilai budaya Aceh?
N	Kalo ngomongin tema dan desain visual pertimbangannya memang cukup banyak karena kita pengen semuanya tetap punya ruh budaya Aceh, tapi bisa dikemas dengan cara yang menarik buat penonton modern. Untuk tema ya tadi yang saya bicarakan pertama yang menjadi pertimbangan tentu nilai - nilai perjuangan dan ketokohan Keumalahayati tersebut. jadi kita pingin tema yang engga menonjolkan sisi heroiknya saja tapi juga menggambarkan kekuatan kecerdasan dan jiwa kepemimpinan beliau. Kalo untuk desain visualnya kami mempertimbangkan unsur estetika sih. kaya kita banyak ambil inspirasi warna - warna khas Aceh seperti merah, emas, dan hitam yang melambangkan keberanian, keagungan, sama kekuatan. Kami juga berusaha menampilkan elemen modern misalnya lewat tata cahaya dan multimedia supaya pertunjukan itu terasa lebih segar.
P	Bagaimana unsur - unsur budaya Aceh (tari, musik, pakaian adat, dll) dimasukan kedalam desain keseluruhan acara?
N	ohh kali dari unsur budaya Aceh yang tarinya mungkin kita banyak mengambil inspirasi gerakan - gerakan tradisional Aceh Kaya saman, ratoh jaroe tapi tentu saja disesuaikan ya dengan kebutuhan pangan dan jalan cerita jadi gerakan tetap punya rasa tradisional tapi dikemas lebih teatrical biar cocok untuk drama musikal. Untuk musiknya juga penting banget ituu. kita itu gabungin alat musik tradisional aceh seperti rapa'i dan serune kalee dengan sentuhan modern buat ngebangun susana tapi tetap punya identitas khas aceh. kalo dari sisi pakaiannya dan tata riasnya kebetulan untuk pakaian saya yang handle menggunakan songket khas Aceh dengan warna - warna tradisional seperti merah dan emas. Bahkanya dalam tata panggung dan properti kami siapkan simbol simbol khas aceh seperti ukiran dan ornamen tradisional.
P	Bagaimana desain event dibuat agar menciptakan pengalaman budaya yang menarik dan mengesankan bagi pengunjung atau peserta?
N	Dari awal menciptakan event Keumalahayati ini memang ingin engga cuma jadi pertunjukan yang ditonton tapi juga jadi pengalaman budaya yang bisa dirasakan langsung sama penonton bisa ikut tenggelam dalam suasana dan ngerasain

	perjuangan Keumalahayati itu sendiri. Kita juga banyak sih main di elemen visual dan audio mulai dari tata cahaya, musik tradisional dan semua elemen itu kalo di satuin mendukung terus membentuk atmosfer yang sangat khas. desain event ini juga kita buat agar tetap estetik dan modern supaya bisa diterima semua kalangan termasuk generasi muda intinya sih pengen setiap orang yang datang pulang dengan rasa kagum dan punya kenangan sendiri tentang Keumalahayati dan budaya Aceh ini.
P	Sejauh mana sih desain event ini menjadi sarana untuk menyampaikan pesan budaya aceh kepada pengunjung yang datang dari luar daerah atau luar budaya?
N	Ini memang dari awal kita rancang supaya bisa jadi jembatan buat ngenalin budaya Aceh ke penonton yang mungkin datang dari luar daerah atau bahkan nggak terlalu familiar dengan budaya Aceh. Jadi bukan cuma untuk orang Aceh sendiri, tapi juga buat siapa pun yang pengen tahu lebih banyak tentang kekayaan budaya kita. Kita sadar nggak semua orang ngerti konteks sejarah atau simbol-simbol budaya Aceh. Karena itu, desain pertunjukan dibuat dengan cara yang komunikatif — lewat visual, musik, dan cerita yang universal tapi tetap berakar pada nilai-nilai budaya Aceh. Misalnya, lewat kostum, musik tradisional, dan tarian, penonton bisa langsung ‘nangkap’ nuansa Acehnya, walau tanpa harus ngerti bahasanya. jadi sejauh ini, desain event bukan cuma sekadar penampilan budaya, tapi juga jadi sarana komunikasi budaya yang efektif. Penonton luar daerah bisa belajar, memahami, bahkan ikut terinspirasi tanpa harus merasa asing.
P	Apa saja komponen utama yang direncanakan dalam pelaksanaan event Keumalahayati?
N	Kalo ngomongin komponen utama dari keumalahayati sebenarnya semuanya udah direncanain dengan matang karena ini kan pertunjukan yang melibatkan banyak orang dalam elemen seni. kalo komponen penting yang pertama sih pastinya konsep cerita. jadi ketika konsep cerita tentang Keumalahayati ini bisa tersampaikan dengan baik, jelas pasti bisa diterima sama semua penontonnya. yang kedua mungkin di bagian koreografi, musik, kostum, tata panggung, lighting sama kaya properti - properti yang diperlukan tapi ini disesuaikan juga sama kebutuhan panggung. nah kalo selanjutnya sih lebih ke tim produksi karena mereka yang mengatur jadwal teknis panggung yang kaya gimana, promosinya seperti apa sebenarnya saya juga ikut andil dalam semuanya dan saya tau tapi karena kami bekerja sama juga jadi kami membagi tugas - tugas itu semua agar pertunjukan ini sukses. lalu selanjutnya yang

	paling penting yaitu strategi promosi dan bagaimana sih cara mempublikasikannya kepada masyarakat luas yang ingin mengetahui siapa sosok Keumalahayati ini. selain kita promosi menggunakan konvensional kita juga menggunakan media sosial instagram di instagramnya Gema Citra Nusantara agar pesan yang akan disampaikan lebih mudah dilihat dan tersampaikan secara luas. lalu kak yang terakhir itu evaluasi dan dokumentasi agar bisa dilihat mana yang harus ditingkatkan untuk selanjutnya.
P	Bagaimana proses penyusunan jadwal, pembagian tugas, dan alokasi anggaran yang dilakukan dalam perencanaan event Keumalahayati ini?
N	Nahh kalo ini kami juga diskusikan dengan tim produksi yang lainnya untuk jadwal kami sih menentukannya dari tahap produksi mungkin 3 bulan sebelum pelaksanaan kami sudah menjalankannya karena banyak sekali yang harus dikerjakan seperti latihan, gladi masih banyak sekali. Jadi kita diskusi dengan tim divisi lainnya supaya nggak tumpang tindih dengan jadwal yang lainnya. kalo untuk pembagian tugas karena kami berkolaborasi dengan papatong art space kita juga bekerjasama dengan mereka untuk membagi tim. kami membagi tim menjadi 6 ada penulis skenario, penata musik, pelatih vokal, kostum, lighting, sama koreografer. nah itu nanti saya kasih susunan orang - orangnya siapa saja ya. nah kalo alokasi anggaran tante serahkan semua dengan kak anggun dia itu bendahara event Keumalahayati ini. mungkin yang bisa saya kasih tau event Keumalahayati ini kurang lebih mengeluarkan 500 juta rupiah. Karena ini pertunjukan budaya, sebagian besar dana memang dialokasikan untuk kebutuhan artistik seperti kostum, properti, musik, dan tata panggung. Tapi disisi lain, kami juga harus nyiapin anggaran buat promosi, transportasi, dan hal-hal teknis lainnya.
P	Apakah ada antisipasi atau rencana cadangan jika terjadi kendala saat pelaksanaan, seperti cuaca buruk, kendala teknis, atau minimnya peserta?
N	iya dong Pastinya ada, karena di setiap event besar ggak mungkin semuanya berjalan 100% mulus. Jadi dari awal, kami memang udah nyiapin beberapa antisipasi atau rencana cadangan kalau sewaktu-waktu ada kendala di lapangan. Kalau soal cuaca, karena pertunjukan ini dilaksanakan di dalam gedung, jadi risikonya relatif kecil. Tapi tetap aja, kami siapkan skenario kalau misalnya ada masalah transportasi kru atau penonton yang terhambat karena hujan deras, misalnya. Tim produksi biasanya punya jadwal waktu cadangan dan sistem komunikasi yang cepat supaya semua tetap

	bisa terkendali. Untuk kendala teknis, kami selalu adain beberapa kali <i>technical rehearsal</i> dan <i>gladi</i> bersih sebelum hari H. Jadi hal-hal seperti lighting, sound, atau pergantian properti panggung udah diantisipasi dari awal. Selain itu, kami juga punya tim teknis cadangan yang standby selama pertunjukan, jadi kalau ada gangguan tiba-tiba bisa langsung ditangani tanpa ganggu jalannya acara. Kalau minimnya peserta atau penonton, itu juga kami pikirin sejak tahap promosi. Makanya strategi publikasi dibuat cukup panjang dan berlapis dari media sosial, kerja sama dengan komunitas seni dan kampus, sampai publikasi media. Jadi awareness-nya udah dibangun jauh-jauh hari. Tapi kalau pun tetap ada situasi di luar dugaan, kami tetap jalankan acara dengan semangat yang sama, karena tujuan utama kami kan tetap mempromosikan budaya Aceh, bukan sekadar jumlah penonton
P	Apakah <i>stakeholder</i> seperti pemerintah daerah, komunitas budaya, atau sponsor yang dilibatkan sejak tahap perencanaan? jika iya bagaimana bentuk keterlibatan mereka?
N	Karena event ini bukan sekadar pertunjukan seni, tapi juga bentuk promosi budaya, jadi kolaborasi dengan berbagai pihak itu wajib banget. Dari sisi pemerintah daerah, kami menjalin komunikasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh untuk memastikan konsep yang kami angkat tetap sesuai dengan nilai-nilai budaya Aceh yang autentik. Mereka juga banyak membantu dari sisi rekomendasi narasumber, referensi sejarah, sampai dukungan moral dan jaringan promosi. Jadi ada semacam validasi bahwa apa yang kami tampilkan benar-benar merepresentasikan identitas budaya Aceh dengan baik. karena kita juga berkonsultasi dengan ahli waris atau keturunan dari Keumalahayati untuk meminta izin membuat event ini. Kalau untuk sponsor, bentuk keterlibatannya lebih ke dukungan finansial dan promosi. Tapi kami tetap pilih sponsor yang sejalan dengan nilai budaya yang diangkat. Jadi bukan hanya soal dana, tapi juga bagaimana brand mereka bisa ikut mengangkat citra positif budaya Aceh melalui event ini. Beberapa juga bantu dalam hal media partnership untuk publikasi.
P	Bagaimana strategi dalam perencanaan event ini disusun agar dapat mencapai tujuan utama, khususnya dalam mempromosikan budaya Aceh secara lebih luas?
N	ini biar cepat ya Pertama, dari sisi konsep cerita, kita buat narasi yang kuat tentang sosok Keumalahayati bukan cuma sebagai tokoh sejarah, tapi juga simbol keberanian dan kecerdasan perempuan Aceh. Itu kita jadikan benang merah untuk menghubungkan semua elemen acara, mulai dari tari, musik, sampai visual

	panggung. Jadi pesan budaya yang ingin disampaikan terasa hidup dan mudah diterima penonton dari berbagai latar. nah kita juga pakai pendekatan kolaboratif dan edukatif. Artinya, kita nggak jalan sendiri, tapi melibatkan pelaku seni, komunitas budaya, sampai generasi muda Aceh sendiri dalam prosesnya. Dengan begitu, event ini bukan hanya tontonan, tapi juga jadi ruang belajar dan kebanggaan bagi mereka. Lalu dari sisi promosi, kita sadar banget kalau publikasi itu penting. Makanya kita manfaatin media sosial dan media massa buat membangun awareness. Kita buat teaser, behind the scene, dan konten edukatif tentang sejarah Keumalahayati dan budaya Aceh biar orang-orang tertarik bukan cuma karena acaranya, tapi juga karena nilai di baliknya.
P	Bagaimana bentuk koordinasi antara panitia, pengisi acara dan pihak eksternal dalam pelaksanaan event Keumalahayati ini?
N	Mungkin untuk Koordinasi antar panitia, pengisi acara, dan pihak eksternal kita lakukan lewat komunikasi yang intens dan terjadwal. Biasanya diawali dengan rapat koordinasi untuk nyamain visi dan pembagian tugas, lalu dilanjut dengan grup komunikasi aktif supaya semua update bisa cepat ditangani. Untuk pengisi acara, ada briefing dan latihan bersama supaya mereka paham konsep budaya Aceh yang diangkat. Sementara pihak eksternal seperti sponsor dan vendor kita ajak kerja bareng lewat meeting rutin dan jadwal yang disepakati bersama.
P	Apa strategi komunikasi yang digunakan selama pelaksanaan event untuk menjaga kelancaran koordinasi antar tim?
N	Mungkin strategi komunikasi yang kita pakai selama pelaksanaan event lebih ke komunikasi yang cepat dan terbuka. Kita buat grup komunikasi di WhatsApp buat setiap divisi supaya koordinasi bisa langsung dan efisien. Selain itu, ada juga koordinator lapangan di setiap bagian yang jadi penghubung antar tim, jadi kalau ada kendala bisa langsung ditangani tanpa harus nunggu instruksi panjang. Kita juga adakan briefing singkat setiap sebelum acara dimulai untuk memastikan semua tim tahu update terbaru. Jadi intinya, komunikasinya dibuat fleksibel tapi tetap terarah supaya acara bisa berjalan lancar.
P	Apakah ada sistem briefing atau pembagian peran resmi sebelum event dimulai? jika iya bagaimana pelaksanaannya?
N	ya, tentu ada dong sistem briefing dan pembagian peran resmi sebelum event dimulai. Biasanya dilakukan satu atau dua hari sebelum hari-H supaya semua tim punya

	gambaran jelas tentang alur acara dan tanggung jawab masing-masing. Dalam briefing itu, setiap divisi—mulai dari teknis, artistik, hingga pengisi acara—diberi penjelasan detail soal jadwal, posisi, dan hal-hal yang harus diantisipasi di lapangan. Kita juga adakan simulasi singkat agar semua tim bisa saling memahami ritme kerja satu sama lain. Jadi waktu acara berlangsung, semua udah tahu harus ngapain dan koordinasinya jadi jauh lebih lancar
P	Jika terjadi perubahan mendadak dalam jadwal atau teknis pelaksanaan, bagaimana cara panitia menyesuaikan dan mengatasi situasi tersebut?
N	Kalau kayak gitu ada perubahan mendadak biasanya langsung koordinasi cepat lewat grup komunikasi. Setiap divisi sudah punya tanggung jawab dan plan cadangan, jadi tinggal disesuaikan aja sama situasi di lapangan. Misalnya kalau ada kendala teknis atau jadwal mundur, kita langsung atur ulang urutan tampil atau waktu persiapan supaya acara tetap jalan. Intinya, kita selalu siap improvisasi, tapi tetap pastikan keputusan diambil cepat dan disepakati bareng supaya nggak ganggu keseluruhan jalannya event.
P	Apakah yang dilakukan monitoring atau evaluasi internal selama event berlangsung untuk memastikan setiap bagian bekerja sesuai tugasnya?
N	Iya, selama event berlangsung kita memang lakukan monitoring dan evaluasi internal secara aktif. Setiap divisi punya koordinator yang bertugas memantau jalannya bagian masing-masing, mulai dari teknis, artistik, sampai dokumentasi. Mereka melaporkan langsung ke tim inti kalau ada kendala atau hal-hal yang perlu disesuaikan di lapangan. Selain itu, saya sendiri bersama tim produksi utama juga keliling memastikan semua elemen berjalan sesuai rundown dan standar yang udah direncanakan. Kita juga biasanya adakan evaluasi singkat di sela-sela acara, terutama kalau ada bagian yang kurang sinkron atau perlu penyesuaian cepat. Jadi monitoring ini sifatnya dua arah bukan hanya dari atas ke bawah, tapi juga memberi ruang buat tim di lapangan menyampaikan situasi real-time. Dengan begitu, koordinasi tetap terjaga dan seluruh kegiatan bisa berjalan lancar tanpa gangguan berarti
P	Bagaimana proses evaluasi dilakukan setelah event Keumalahayati selesai dilaksanakan?
N	nah untuk evaluasinya kita selalu lakukan proses evaluasi secara menyeluruh. Biasanya dimulai dengan rapat internal yang dihadiri semua tim. Di situ, masing-masing divisi menyampaikan laporan tentang jalannya kegiatan — apa saja yang

	berjalan baik, kendala yang muncul di lapangan, dan hal-hal yang bisa diperbaiki untuk acara selanjutnya. Kita juga buka sesi diskusi bebas supaya semua tim bisa saling memberi masukan. Buat saya, bagian ini penting banget karena sering kali <i>insight</i> terbaik justru datang dari orang yang langsung turun di lapangan. Selain itu, kita juga evaluasi dari sisi penonton dan pihak eksternal, seperti sponsor atau pengisi acara, lewat <i>feedback</i> yang mereka berikan. Dari semua hasil evaluasi itu, kita rangkum dalam bentuk laporan akhir supaya bisa dijadikan bahan pembelajaran untuk event berikutnya. Jadi bukan cuma sekadar menutup acara, tapi benar-benar dijadikan momen refleksi untuk terus memperbaiki kualitas penyelenggaraan, baik dari segi teknis maupun pesan budaya yang ingin disampaikan.
P	Apa saja indikator yang digunakan dalam mengevaluasi keberhasilan event keumalahayati?
N	Kalau ngomongin soal indikator keberhasilan, sebenarnya kita lihat dari beberapa hal ya. Pertama tentu dari kelancaran acara itu sendiri — apakah semua sesuai rundown, nggak ada kendala besar, dan tim bisa kerja sama dengan baik di lapangan. Kalau dari sisi teknis udah rapi dan penonton bisa menikmati tanpa gangguan, itu udah jadi poin plus. Kedua, kita lihat dari respon penonton dan publik. Misalnya seberapa antusias mereka, gimana komentar setelah nonton, dan juga respon di media sosial. Kalau banyak yang merasa terinspirasi atau baru tahu tentang sosok Keumalahayati dan budaya Aceh, berarti pesan yang mau kita sampaikan berhasil sampai. Lalu dari sisi isi dan nilai budayanya, kita juga perhatiin apakah unsur Aceh-nya benar-benar terasa — mulai dari musik, tarian, sampai busananya. Karena buat kita, keberhasilan bukan cuma soal ramai atau meriah, tapi gimana acara ini bisa bikin orang lebih menghargai budaya kita sendiri. Dan terakhir, dari kerja tim dan pengelolaan acaranya. Kalau semua bisa jalan kompak, anggaran terpakai efisien, dan hasilnya sesuai ekspektasi, berarti kita bisa bilang event ini sukses dari segala sisi.
P	Apakah panitia menerima dan mengolah umpan balik dari peserta, pengunjung, atau sponsor dalam evaluasi? Jika iya bagaimana caranya?
N	Iya, tentu aja. Setelah acara selesai, kita selalu terbuka buat menerima umpan balik dari peserta, pengunjung, maupun sponsor. Biasanya caranya lewat dua jalur pertama, secara langsung lewat obrolan santai atau wawancara singkat setelah acara, dan kedua lewat form evaluasi online yang kita sebarkan ke pihak-pihak yang terlibat. Dari situ, kita bisa tahu apa aja yang mereka rasakan selama acara

	berlangsung mulai dari hal teknis kayak kenyamanan venue atau alur acara, sampai kesan mereka terhadap pesan budaya yang disampaikan. Untuk sponsor dan pihak pendukung, kita juga minta masukan soal kerja sama dan hasil eksposur mereka di acara. Semua umpan balik itu kemudian kita kumpulkan dan bahas bareng tim dalam rapat evaluasi akhir. Jadi bukan cuma didengar, tapi benar-benar dijadikan bahan perbaikan buat event berikutnya. Karena buat kami, masukan dari orang yang terlibat langsung itu penting banget supaya penyelenggaraan ke depannya bisa lebih baik dan berdampak lebih luas.
P	Apakah hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan untuk penyelenggaraan event keumalahayti yang selanjutnya?
N	Iya dong pastinya hasil evaluasi selalu kita jadikan bahan perbaikan buat event selanjutnya. Setelah Keumalahayati selesai, kita nggak langsung selesai begitu aja, tapi benar-benar duduk bareng tim buat bahas apa yang berjalan baik dan apa yang masih perlu ditingkatkan. Semua catatan dari panitia, pengisi acara, sampai masukan dari penonton dan sponsor kita kumpulkan. Dari situ, kita bisa tahu bagian mana yang perlu diperbaiki entah itu soal teknis, konsep, manajemen waktu, atau cara promosi. Jadi hasil evaluasi ini semacam panduan biar event berikutnya bisa lebih matang dan lebih berdampak. Kita ingin setiap penyelenggaraan Keumalahayati punya peningkatan, baik dari segi kualitas pertunjukan maupun cara kita menyampaikan nilai-nilai budaya Aceh ke masyarakat.
P	Apakah hasil evaluasi dan dokumentasi kegiatan disusun dalam laporan resmi? Jika iya bagaimana pemanfaatannya untuk pelestarian atau promosi budaya kedepannya?
N	Setiap habis acara Keumalahayati, kita selalu buat laporan resmi yang isinya rangkuman jalannya acara, hasil yang dicapai, dan catatan untuk perbaikan ke depannya. Laporan ini biasanya juga dilengkapi dokumentasi lengkap seperti foto, video, dan liputan media. Selain jadi arsip internal dan laporan ke pihak sponsor atau pendukung, dokumen ini juga penting banget buat bahan refleksi tim di event berikutnya. Nah, dokumentasi itu nggak cuma disimpan aja, tapi juga kita manfaatin buat promosi dan pelestarian budaya Aceh. Misalnya dijadikan konten di media sosial, bahan presentasi di kegiatan budaya lain, atau bahkan inspirasi buat konsep pertunjukan selanjutnya. Jadi hasil dari event ini tetap hidup dan bisa terus memperkenalkan budaya Aceh ke lebih banyak orang.

NARASUMBER 1 (WAWANCARA KE -2)

Nama : Mira Marina Arismunandar

Jabatan : Ketua Umum Gema Citra Nusantara dan Produser Eksekutif Keumalahayati

Tanggal : 29 November 2025

Tempat : Online

P	Apakah ada perbedaan riset antara penyelenggaraan tahun 2022 dengan 2023?
N	Kalo nomong tentang perbedaan riset antara tahun 2022 dan 2023 sebenarnya ada beberapa perubahan penting yang kami lakukan pastinya karena. Pada tahun 2022 pastinya fokus riset event keumalahayati itu lebih banyak pada penguatan aspek historis dikarenakan itu adalah tahun pertama kami menyelenggarakan event ini. jadi kami benar-benar memastikan seluruh informasi sejarahnya kuat, valid, dan sesuai dengan narasi budaya Aceh. Sementara setelah kita menjalaninya pada tahun 2022 dan kita ingin menampilkan lagi pada tahun 2023 saya selaku producer eksekutif dan dengan tim kreatif dari Papatong Artspace mengembangkan sedikit ceritanya lalu juga mengembangkan ya gimana artistiknya.
P	Apakah ada metode pengumpulan data budaya atau sejarah mengalami perubahan pada tahun 2022 dan 2023?
N	Itu sih tidak ada perbedaan yang signifikan antara tahun 2022 dan 2023. Dari awal, kami memang sudah menetapkan standar bahwa setiap informasi yang kami gunakan harus melalui proses verifikasi yang jelas dan bisa dipertanggungjawabkan. Karena itu, baik pada penyelenggaraan pertama maupun berikutnya, kami tetap berkonsultasi langsung dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh serta ahli waris Keumalahayati. Dari dua pihak tersebut, kami mendapatkan arahan mengenai aspek sejarah, nilai budaya, serta batasan-batasan yang harus kami jaga dalam proses kreatif. Dari dua pihak tersebut, kami mendapatkan arahan mengenai aspek sejarah, nilai budaya, serta batasan-batasan yang harus kami jaga dalam proses kreatif. Konsistensi metode ini penting supaya narasi Keumalahayati tetap autentik dan tidak melenceng, meskipun konsep artistiknya bisa berkembang setiap tahunnya.
P	Bagaimana perubahan riset audiens dari tahun 2022 – 2023 terutama terkait minat generasi muda terhadap pertunjukan budaya?
N	Untuk riset audiens, memang ada sedikit perubahan dari tahun 2022 ke 2023, terutama dalam cara kami membaca minat generasi muda terhadap pertunjukan

	budaya. Pada tahun 2022, fokus riset kami lebih ke memahami apakah drama musikal bertema sejarah seperti Keumalahayati bisa diterima oleh anak-anak muda. Jadi kami banyak melakukan observasi awal lewat media sosial, melihat tren minat mereka terhadap pertunjukan seni dan konten sejarah. Tapi di tahun 2023, pendekatannya sudah lebih spesifik karena kami sudah punya data dari penyelenggaraan sebelumnya. Misalnya, kami melihat bagaimana respons penonton terhadap perpaduan unsur tradisional dan modern, jenis promosi apa yang paling efektif, dan bagian mana dari pertunjukan yang paling menarik perhatian anak muda. Dari situ, kami tahu bahwa generasi muda cenderung lebih menyukai format pertunjukan yang visualnya kuat, ritmis, dan punya kedekatan emosi.
P	Selanjutnya Apakah konsep artistik dan visual pada tahun 2023 mengalami perkembangan atau perbedaan dibandingkan 2022?
N	Pastinya ada perkembangan ya dari 2022 ke 2023 ada beberapa peningkatan yang cukup terasa. Mungkin pada tahun 2022 fokus kita itu ke membentuk dasar pertunjukan Keumalahayati kaya dari segi alur cerita, koreografi, musik, sampai tata visual panggung. Nah karena itu kita Gema Citra Nusantara juga Papatong Artspace lebih menekankan pada pengenalan sosok Keumalahayati si Inong Bale dan juga kami memastikan bahwa unsur budaya Aceh tersampaikan dengan jelas. Nah ketika masuk tahun ke 2023 kami sudah punya pijakan yang lebih kuat karena sudah pernah menjalankan di tahun sebelumnya. Kami membaca bagian mana yang bisa ditingkatkan mungkin dari estetika atau visual. Jadi kami memang lebih berani untuk mengembangkan konsep artistiknya.
P	Apakah ada perubahan dalam penggabungan unsur budaya Aceh, seperti tari, musik, atau pakaian adat?
N	Nah perbedaannya Pada tahun 2022 kita itu fokus pada memperkenalkan identitas budaya Aceh lewat elemen-elemen dasar misalnya lewat gerakan tari tradisional, penggunaan musik rapa'i, serune kalee, dan kostum berbahan songket Aceh. Semua itu kami tampilkan dengan bentuk yang cukup aman masih mencoba memastikan pondasinya kuat dulu. Nah di tahun 2023, setelah melihat respons penonton dan evaluasi dari tim kreatif, kami mulai berani mengeksplorasi lebih jauh. Tapi bukan berarti mengubah budaya Acehnya ya. Justru kami memperkaya cara penyampaiannya supaya lebih hidup dan dinamis. Untuk tari, misalnya, kami tetap memakai inspirasi dari saman dan ratoh jaroe, tapi gerakannya dibuat lebih teatrikal

	supaya lebih sesuai dengan format drama musikal. Jadi ekspresinya lebih kuat dan storytelling-nya lebih terasa. Untuk musik sih kita masih tetap menggunakan alat instrumen Aceh yaitu dengan instrumen yang moderen juga tetapi dengan cara yang lebih halus. Kalo untuk kostum tidak banyak berubah sih kita masih tetap memakai warna – warna khas Aceh seperti merah, emas, dan hitam. Intinya kita tidak banyak mengubah tetapi lebih mengembangkan supaya lebih kuat, relevan dan lebih kerasa secara visual maupun emosional.
P	Bagaimana perbandingan tantangan desain panggung dan estetika antara dua tahun tersebut?
N	nah ini banya sekali yang berubah. Di tahun 2022 karena itu pertama kalinya kami mementaskan Keumalahayati ya panggung yang kami gunakan masih sederhana. Properti yang kita pakai itu seperti tangga ada juga beberapa elemen kaya bebatuan dan visual yang ditampilkan melalui layar. Jadi banyak susa dan suasana nya bergantung dengan layar visual itu. Nah kalo di tahun 2023 kami meningkatkan skala panggungnya. Tata panggung dibuat jauh lebih megah dan banyak properti yang dipakai. Kita tuh nambaihn kaya fisik kapal – kapalan, pohon, dan hiasan panggung kain Aceh supaya cerita Kemalahayati jauh lebuu kuat visualnya.
P	Apa perbedaan utama dalam proses perencanaan event antara tahun 2022 dan tahun 2023?
N	Kalo proses perencanaan tidak banyak yang berubah sih ya. Kan pasti awalnya kita nyusun konsep cerita ya pasti. Kalo untuk konsep cerita tidak ada yang berubah kita tetap mengangkat ceita sosok Keumalahayati. Kalo untuk elemen artistiknya tadi sih yang sudah di ceritakan banyak berubah di tata panggung dan banyaj tambahan properti juga.
P	Apakah penyusunan anggaran pada tahun 2023 lebih besar atau lebih kompleks dibandingkan tahun 2022?
N	Nah kalo ini harusnya ke kak anggun ya tetapi saya juga tau sebenarnya. Jadi lumayan lebih kompleks sih tetapi anggarannya kurang lebih sama sekitar 800 samapai 1 miliar walaupun ada tambahan properti yang lumayan banyak. Karena tuh tahun 2022 acara Keumalahayati masih gratis untuk ditonton, sedangkan pada tahun 2023 kami sudah mulai memberlakukan harga tiket masuk berbayar. Nah di tahun 2022 karena harga tiket masuk gratis seluruh kebutuhan produksi sepenuhnya bergantung pada dana internal, sponsor, dan dukungan pihak-pihak yang terlibat. Jadi

	perencanaan anggarannya harus benar-benar ketat dan disesuaikan dengan kemampuan dana yang ada. Sedangkan di tahun 2023 karena sudah mulai ada pemasukan dari tiket, penyusunannya menjadi lebih fleksibel, tapi justru lebih kompleks. Tahun 2022 kita lumayan banyak dapet sponsor 18 sponsor yang masuk di kita. Sedangkan tahun 2023 kita mendapatkan 22 sponsor.
P	Bagaimana perubahan pembagian tugas dan struktur tim pada tahun 2023 dibanding sebelumnya?
N	Kalo ini tidak ada yang berubah kita tetap berkerja sama dengan Papatong Artsapex sebagai tim kreatif Keumalahayati 2022 dan 2023.
P	Apakah strategi promosi pada kedua tahun mengalami perbedaan yang signifikan, terutama dari penggunaan media sosial dan kerja sama komunitas?
N	Untuk promosi di tahun 2022 sama 2023 kayanya sih ada perbedaan dari kita yang memanfaatkan media. Kalo tahun 2022 strategi digitalnya lebih kepada mengenalkan konsep acara, tokoh Keumalahayati, dan memperkenalkan Gema Citra Nusantara sebagai penyelenggara. Konten promosi juga masih sederhana, seperti poster, pengenalan pemain, dan beberapa teaser latihan. Sementara di 2023, strateginya lebih matang karena kita sudah punya basis penonton dari tahun sebelumnya. Kami memahami pola engagement audiens, terutama generasi muda, sehingga kampanye digital dibuat lebih agresif dan kreatif. Misalnya, kami membuat konten video pendek. Dari kolaborasi kita tetap kolaborasi sama Papatong Artspace dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Aceh. Kita juga promosi lewat public figure kalo 2023.
P	Bagaimana perbedaan cara koordinasi tim produksi dan tim kreatif pada tahun 2022 dan 2023?
N	Sebenarnya cara koordinasi antara tim produksi dan tim kreatif di tahun 2022 dan 2023 itu sama saja. Dari awal kami sudah punya pola koordinasi yang cukup kuat, yaitu komunikasi intens, meeting rutin, dan pembagian tugas yang jelas. Baik di 2022 maupun 2023, pola kerja samanya tetap sama karena sejak awal kami memang sudah membangun sistem koordinasi yang terstruktur. Jadi prosesnya tidak jauh berbeda, hanya eksekusinya saja yang makin lancar karena semua tim sudah lebih terbiasa.
P	Apakah pihak eksternal yang terlibat berbeda pada kedua tahun tersebut?

N	Mungkin bedanya dari pihak sponsorship pastinya. Kalo dari pemerntahaan tetap sama kita berkerja sama dengan Dina Kebudayaan dan Pariwisata dan kita tetap berkonsultasi dengan ahli waris.
P	Apakah terdapat perubahan dalam sistem komunikasi internal, misalnya proses briefing atau penggunaan platform koordinasi?
N	Sebenarnya tidak ada perbedaan yang signifikan dalam sistem komunikasi internal antara tahun 2022 dan 2023. Cara kami berkoordinasi masih menggunakan pola yang sama seperti tahun sebelumnya. Briefing tetap dilakukan secara rutin, baik sebelum latihan maupun menjelang hari-H, dan setiap divisi tetap mendapatkan penjelasan tugas secara detail seperti biasa. Platform komunikasi yang digunakan juga tidak berubah. Kami tetap mengandalkan grup WhatsApp untuk koordinasi cepat dan penyampaian informasi langsung sementara rapat teknis atau diskusi konsep masih dilakukan secara langsung atau melalui meeting online jika diperlukan.
P	Apakah cara melakukan evaluasi event berbeda antara tahun 2022 dan 2023?
N	Sebenarnya tidak ada perbedaan berarti dalam cara kami melakukan evaluasi antara tahun 2022 dan 2023. Proses evaluasi tetap dilakukan secara menyeluruh dan terstruktur, seperti yang sudah menjadi standar kami sejak penyelenggaraan pertama.
P	Apakah indikator keberhasilan yang digunakan mengalami perubahan?
N	Engga ada yang berubah juga sih tetap sama saja.

NARASUMBER 2

Nama : Indah Alamanda Anggun
Jabatan : Wakil Ketua 2 & Bendahara Keumalahayati
Tanggal : 13 September 2025
Tempat : Amirah Omah Seni (JL. Kesehatan, Bintaro, Kota Jakarta Selatan)

P	Boleh perkenalkan namanya?
N	Perkenalkan nama saya Indah Alamanda Anggun biasanya di panggil Anggun.
P	Untuk jabatannya bagaimana ya kak?
N	Untuk di Gema Citra Nusantara saya menjadi Wakil Ketua 2 kalo untuk di acara Keumalahayati saya menjadi Bendahara.
P	Bagaimana peran kakak sebagai Wakil Ketua 2 dan Bendahara dalam penyelenggaraan event Keumalahayati?
N	Peran saya lebih banyak di pengelolaan anggaran, memastikan setiap kebutuhan divisi sesuai kemampuan dana yang ada. Selain itu, saya juga membantu Ketua dalam pengambilan keputusan, terutama yang terkait pembiayaan program. Saya ikut memantau proses dari awal sampai pelaksanaan supaya alur anggarannya tidak keluar jalur.
P	Bagaimana proses penyusunan anggaran untuk event Keumalahayati?
N	Penyusunan anggarannya sebenarnya cukup panjang ya karena event Keumalahayati itu skalanya besar banget. Biasanya kami mulai dari mendata semua kebutuhan, dari yang paling utama dulu kayak <i>venue</i> , produksi panggung, sampai hal kecil kayak konsumsi kru. Setelah itu baru kami hitung satu per satu berdasarkan harga vendor yang pernah kami pakai atau kami tanya lagi untuk update harganya. Venue biasanya jadi patokan awal, apalagi kalau pakai Teater Besar Taman Ismail Marzuki yang harganya lumayan. Dari situ kami bisa ngira-ngira total anggaran bakal tembus ke angka berapa. Setelah semua item masuk, kami bikin rincian prioritas, mana yang wajib dan mana yang bisa disesuaikan kalau dana dari sponsor belum cukup. Intinya prosesnya tuh kayak catat semua kebutuhan, cari harga, sesuaikan dengan dana, diskusi lagi sama tim kreatif, finalisasi. Jadi memang harus sabar dan teliti biar nggak ada yang kelewat dan nggak boncos di belakang.

P	Apa saja perkiraan biaya utama dalam event ini?
N	Kalau bicara soal biaya utama di event Keumalahayati, yang paling besar tetap dari sewa venue, karena kita pakai Teater Besar TIM. Untuk 1 hari saja, harganya Rp 42 juta kalau hari kerja, atau Rp 50 juta kalau jatuh di akhir pekan. Jadi memang langsung makan anggaran cukup besar dari situ. Setelah venue, biaya terbesar berikutnya itu produksi panggung dan teknis. Karena event budaya kayak Keumalahayati butuh panggung yang proper, lighting show, sama sound system yang bagus. Biasanya total produksinya bisa di Rp 300–400 juta. Lalu ada dekorasi dan properti budaya Aceh, termasuk ornamen, backdrop, dan properti tari. Bagian ini biasanya sekitar Rp 100–150 juta. Untuk talent, baik penampil seni Aceh maupun guest star nasional, biayanya juga signifikan. Biasanya totalnya Rp 130–230 juta tergantung siapa yang diundang. Bagian publikasi dan dokumentasi biasanya menghabiskan Rp 40–70 juta, termasuk media partner dan dokumentasi cinematic. Terus ada operasional dan logistik kayak konsumsi kru, keamanan, transport, dan perizinan. Ini biasanya di Rp 40–60 juta. Kami juga selalu siapkan dana cadangan sekitar Rp 50 juta buat antisipasi hal-hal mendadak. Kalau semuanya ditotal, keseluruhan anggarannya biasanya ada di kisaran Rp 800 juta sampai 1 miliar, tergantung vendor dan kebutuhan produksi. Meskipun venue cuma dipakai 1 hari, produksi panggung dan talent tetap jadi komponen biaya yang paling besar
P	Apa strategi khusus dalam mengatur anggaran skala besar ini?
N	Untuk ngatur anggaran sebesar itu, kita memang harus punya strategi khusus biar semuanya aman dan nggak boncos. Biasanya yang pertama banget kita lakukan itu bikin prioritas. Jadi kita urutin mana kebutuhan yang wajib atau kayak produksi panggung, talent, sama venue—dan mana yang bisa disesuaikan kalau dana belum cukup. Terus, aku juga selalu minta penawaran harga dari beberapa vendor, jadi kita nggak terpaku di satu tempat. Dari situ bisa kelihatan mana yang paling efisien tapi tetap kualitasnya oke. Karena kalau event budaya gini, kualitas itu penting banget. Strategi lainnya adalah bagi arus kas ke dalam timeline. Jadi kita bikin jadwal kapan harus bayar DP vendor, kapan bayar pelunasan, sama kapan dana dari sponsor masuk. Ini penting banget supaya nggak numpuk di satu waktu. Selain itu, kita selalu siapin dana cadangan, biasanya sekitar 5 sampai 10 persen dari total anggaran, buat jaga-jaga kalau ada kebutuhan mendadak. Karena di event besar pasti ada aja hal kecil yang harus ditambah. Dan yang nggak kalah penting semua pengeluaran harus

	transparan dan dicatat detail. Jadi kapanpun ada evaluasi atau revisi, kita tinggal cek datanya. Intinya, makin besar anggarannya, makin ketat juga cara ngaturnya.
P	Pandangan kakak terhadap event Keumalahayati berskala besar ini?
N	Menurut aku, event Keumalahayati ini termasuk event yang skalanya besar banget dan ambisius, tapi justru itu yang bikin dia punya nilai lebih. Keumalahayati bukan cuma sekadar pertunjukan seni, tapi juga membawa cerita sejarah dan budaya Aceh ke panggung yang lebih profesional. Jadi aku pribadi lihatnya ini sebagai langkah penting buat ngenalin budaya Aceh ke audiens yang lebih luas. Dari sisi produksi juga menantang banget—karena harus ngegabungin elemen budaya, teater, musik, sampai visual yang semuanya butuh persiapan matang. Tapi justru karena tantangannya besar, hasil akhirnya juga punya impact yang kuat. Aku bangga sih bisa terlibat. Soalnya jarang ada event budaya yang digarap se-serius ini, apalagi sampai berani tampil di venue besar kayak Teater Besar TIM. Harapannya sih, event ini bisa jadi contoh kalau budaya daerah itu bisa dikemas secara modern tapi tetap menjaga esensi dan identitasnya.
P	Bagaimana koordinasi kakak dengan tim kreatif dan produksi Gema Citra Nusantara?
N	Kalo koordinasinya cukup intens karena revisi konsep sering terjadi, terutama bagian dekorasi dan tata panggung. Setiap perubahan pasti berdampak pada anggaran, jadi saya harus cepat beradaptasi dan menyesuaikan. Tapi sejauh ini semua berjalan baik karena seluruh tim punya tujuan yang sama untuk menampilkan budaya Aceh dengan cara yang kreatif dan modern.
P	Menurut aku, dari segi perencanaan dan pelaksanaannya, event Keumalahayati ini sudah berjalan dengan sangat baik. Kita punya persiapan yang matang dari awal, mulai dari penyusunan konsep, teknis, sampai anggaran, dan semuanya bisa berjalan karena didukung oleh tim kreatif yang solid banget. Mereka benar-benar detail dan cepat dalam mengeksekusi ide, jadi banyak hal yang tadinya terlihat kompleks bisa diselesaikan dengan rapi. Secara keseluruhan, aku kasih evaluasi yang sangat positif. Event ini bukan cuma berhasil secara teknis, tapi juga berhasil menyampaikan pesan budaya Aceh dengan cara yang modern dan elegan. Dan keberhasilan ini sangat dipengaruhi oleh kerja sama tim yang benar-benar kompak dari awal sampai akhir.

Narasumber 3

Nama : Luthfiah Putri Pamungkas

Tanggal : 1 Desember 2025

Umur : 22

P	Bagaimana kesan pertama Anda ketika menghadiri event Keumalahayati?
N	Kesan pertam dan apa yang paling menarik dari event ini sebenarnya kalo kesan pertama itu yaaa very intreseting karena menurut saya event yang nge promote indonesian culture indonesia history itu kaya sangat menarik gitu apalagi yakan dia menghigligt pahlawan perempuan perjuangan mereka gitu dan ini tuh pahlawan yang sebenarnya engga banyak orang tau jadi itu sebenrnya yang bikin kita jadi penasaran mau nonton.
P	Apa yang paling menarik perhatian Anda dari event ini?
N	Karena aku juga baru tau ternyata ada pahlawan Perempuan yang berasal dari Aceh selain Cut Nyak Dien dan ternyata background ceritanya luar bisa juga. Untuk kesan pertamanya menghadiri evet Keumalahayati selalu berkembang dari 2022 hingga 2023 apalagi dari segi artistiknya juga bagus.
P	Bagaimana pendapat Anda tentang alur acara secara keseluruhan?
N	Kalo secara alur nyam udah dimengerti lagu – lagunya karena ini musikal dari dialog pemainnya itu semuanya bener – bener ada untuk menggambarkan cerita itu, jadi sebenarnya engga banyak scene – scene yang engga berguna atau scene – scene yang engga menggambarkan alur. Jadi mostly didalam kurang lebih 2 jam itu bener – bener isinya scene – scene penting yang bener – bener bikin kita langsung negrti alurnya kaya gimana dan maksud dari setnya apa semuanya langsung tergambar jelas.
P	Dari mana Anda pertama kali mengetahui tentang event Keumalahayati?
N	Pertama kali tau event Keumalahayati dari Instagram pastinya karena mereka juga aktif promote dan juga banyak promo tiket dan juga menjadi lebih tertarik buat nonton.
P	Apakah media promosi yang digunakan panitia cukup menarik dan efektif untuk mengajak Anda datang?
N	Cuma yang aku lihat itu dari cast castnya sendiri sering banget share behind the scene terus nanti akan di repost sama Gema Citra Nusantaranya jadi itu yang bikin jadi menarik keingin tauhan karena kita ngeliat ada behinde the scenenya terus ada sedikit

	cuplikan cuplikan yang bikin kita juga jadi penasaran jadi yang beikin menarik promosi bagian itunya sih.
P	Apakah event ini membuat Anda lebih tertarik atau lebih mengenal budaya Aceh? Bisa dijelaskan.
N	Ya jujur event ini buat jadi lebih tertarik Cuma engga spesik ke budaya aceh. Justri kaya jadi punya rasa penasaran sama ketertarikan terhadap sejarah Indonesia terutama sama feminisme atau yang lebih woman empowrmnet. Jadi kaya lebih terbuka sama woman empowerment.
P	Harapan Anda terhadap keberlanjutan event Keumalahayati dalam memperkenalkan budaya Aceh ke masyarakat luas?
N	Kitaharap event ini engga akan terputus hanya di teaternya saja pun kalo mau ada teatr musikalnya lagi semoga bisa keliling Indonesia atau bener – bener jauh lebih dikenal lagi sama semua orang. Agar semua orang paha Keumalahayati itu siapa.
P	Apakah Anda akan merekomendasikan acara ini kepada teman atau keluarga di tahun berikutnya? Mengapa?
N	Pastinya karena menonton tater musikal akan menajdi pengalaman yang paling seru dan terutama ini untuk promosiin Indonesia juga dan pahlawan jadi why not. Bahkan harus di promote lagi supaya jangkauannya lebih luas sama pengetahuannya lebih di ketahui banyak orang.

Narasumber 4

Nama : Sarah Amalia Rabbani

Tanggal : 1 desember 2025

Umur : 22

P	Bagaimana kesan pertama Anda ketika menghadiri event Keumalahayati?
N	Kesan pertama aku jujur ini keren banget. Ceritanya kuat, musiknya keren, terus stage sm kostum pemainnya keren terplan banget
P	Apa yang paling menarik perhatian Anda dari event ini?
N	Alurnya ngurut dengan baik. Cerita di drama musikalnya jelas, emosi keumalahayati sama masyarakat juga dapet
P	Bagaimana pendapat Anda tentang alur acara secara keseluruhan?
N	Alurnya berututan dengan baik. Terus cerita drama musikalnya jelas dan dapat seklaai emosi dari pemain yang menceritakan tentang karakter Keumalahayati.
P	Dari mana Anda pertama kali mengetahui tentang event Keumalahayati?
N	Aku Taunya dari Instagram sama dari teman yang merekomendasikan kalo drama musikal Keumalahayati tuh bagus banget untuk di tonton.
P	Apakah media promosi yang digunakan panitia cukup menarik dan efektif untuk mengajak Anda datang?
N	Menurut aku promonya udah cukup efektif, desain poster cukup ngegambaran tema dramanya
P	Apakah event ini membuat Anda lebih tertarik atau lebih mengenal budaya Aceh? Bisa dijelaskan.
N	Wahh makin Banget, jujur ga pernah tau sebelumnya ada sosok perempuan berpengaruh juga dari aceh jd penasaran juga sama cerita cerita lain terutama perempuan yang berpengaruh?
P	Harapan Anda terhadap keberlanjutan event Keumalahayati dalam memperkenalkan budaya Aceh ke masyarakat luas?
N	Semoga event kayak gini bisa terus ada tiap tahun yang ngehighlight perempuan
P	Apakah Anda akan merekomendasikan acara ini kepada teman atau keluarga di tahun berikutnya? Mengapa?
N	Pasti sih, they deserve more recognition!!!!

Narasumber 5

Nama : Andini Karissa Salim
Jabatan : Wakil Ketua 1 & Produser (Tim Inti Kreatif)
Tanggal : 13 Desember 2025
Tempat : Zoom Meeting

P	Boleh perkenalkan nama dan jabatan anda?
N	Nama saya adini karissa salim bisa di panggil andin. Jabatan saya kalo di Gema Citra Nusantara saya sebagai Wakil Ketua 1 kalo di Keumalahayati saya sebagai produser dari tahun 2022 hingga tahun 2025.
P	Bagaimana Anda memposisikan peran Anda dalam struktur manajemen Event Keumalahayati?
N	Saya berada di posisi penghubung antara pimpinan dan tim kreatif. Tante Mira lebih fokus pada visi, nilai, dan arah besar event, sedangkan saya memastikan visi tersebut bisa diterjemahkan menjadi konsep cerita, visual, dan teknis yang realistis untuk dijalankan tim. Jadi peran saya lebih ke mengawal proses kreatif agar tetap sejalan dengan nilai budaya Aceh sekaligus bisa dieksekusi di lapangan.
P	Sejauh mana Anda terlibat langsung dalam proses riset tersebut?
N	Saya cukup terlibat langsung dalam proses riset event Keumalahayati. Dalam praktiknya, saya banyak mendampingi tante mira sebagai ketua umum mungkin bisa dibilang saya tuh tangan kanan tante mira. Sebenarnya aku sama kak anggun tapi kak anggun bagian keuangan sedangkan aku sama tante mira banyak berdiskusi tentang alur cerita dan konsp acara. Saya membantu memastikan data sejarah dan nilai budaya Aceh yang digunakan sudah sesuai, lalu menyampaikannya ke tim kreatif agar bisa diterapkan ke konsep pertunjukan.
P	Apa temuan paling penting dari riset audiens yang Anda rasakan berpengaruh pada konsep acara?
N	Temuan terpenting adalah bahwa audiens muda membutuhkan kedekatan emosional. Nah aku nemuin informasi penting pas setelah di adain Keumalahayati 2022 kalo audiens muda membutuhkan kedekatan emosional. Mereka ingin melihat perjuangan, konflik, dan nilai empowerment, bukan sekadar kronologi sejarah. Ini yang membuat kami memilih drama musikal modern sebagai format utama agar pesan sejarah bisa terasa lebih hidup.

P	Mengapa format drama musikal dianggap paling tepat dibandingkan bentuk pertunjukan budaya lainnya?
N	Karena drama musikal memungkinkan kami menyatukan banyak elemen sekaligus tari, musik, dialog, dan visual. Format ini lebih fleksibel dan komunikatif, sehingga cerita sejarah bisa disampaikan tanpa terasa menggurui, terutama untuk audiens non-Aceh.
P	Sebagai tim kreatif, bagian cerita Keumalahayati mana sih yang paling membuat kalian tertantang untuk dikemas menjadi visual yang bagus di atas panggung?
N	Hmm yang paling menantang itu adegan pertempuran di laut. Kami nggak mungkin bawa kapal beneran ke panggung, kan? Jadi yang di tahun pertama 2022 tantangannya adalah gimana caranya kita bikin penonton percaya ada perang besar cuma pakai lighting, musik yang menggugah, dan koreografi penari. Kami harus mikir ekstra keras di situ, karena itu klimaksnya. Nah di tahun 2023 kita mutusin untuk menambahkan properti kapal – kapalan biar penonton tergambarkan bagaimana set yang sebenarnya.
P	Tim yang terlibat banyak banget, dari pemeran drama musikal, musisi, sampai kru panggung, bagaimana cara kalian memastikan semua orang, di semua divisi, bisa sejalan dan seirama dengan jadwal yang super padat?
N	Kami berusaha keras menghindari komunikasi yang kaku. Kami adakan rapat yang santai setiap hari sebelum latihan. Di situ, kami bukan cuma bahas jadwal, tapi juga saling dengar keluhan. Ini penting lho, karena kalau kru di belakang panggung happy, energi positifnya akan sampai ke penonton. Intinya bikin mereka merasa jadi bagian penting dari cerita.
P	Dari sudut pandang Anda, aspek apa yang paling perlu diperhatikan dalam evaluasi penyelenggaraan event Keumalahayati?
N	Menurut saya, aspek yang paling perlu diperhatikan dalam evaluasi penyelenggaraan event Keumalahayati adalah kesesuaian antara konsep awal dengan pelaksanaan di lapangan. Evaluasi tidak hanya melihat kelancaran acara secara teknis, tetapi juga bagaimana pesan budaya dan nilai yang ingin disampaikan benar-benar sampai kepada penonton. Selain itu, koordinasi antar tim juga menjadi poin penting dalam evaluasi, karena dari situ bisa dilihat apakah sistem kerja yang sudah dirancang berjalan efektif atau masih perlu perbaikan untuk penyelenggaraan berikutnya. Tapi overall dari tahun ke tahun selalu ada peningkatan yang bagus.

