

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab tiga ini peneliti menyajikan data dan analisis dari penelitian yang telah dilakukan terkait manajemen event Jogja Sneaker Market 3 pada Tahun 2018. Jogja Sneaker Market 3 merupakan event ketiga yang diselenggarakan di Kota Yogyakarta. Event ini di inisiasi oleh Dr. Tirta Mandhira Hudhi yang mengungkapkan sangat mencintai sepatu *sneakers* dan mengajak beberapa teman-temannya untuk membuat sebuah event yang mempertemukan para pecinta sepatu *sneakers* di Kota Yogyakarta.

Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai beberapa informan dari panitia dan pengunjung terkait manajemen event dalam menarik minat pengunjung. adapun pihak-pihak yang peneliti wawancara diantaranya adalah ketua panitia pelaksana, ketua divisi pemasaran dan publikasi, ketua divisi program acara serta tiga orang pengunjung. Selain itu peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen dan gambar yang berhubungan dengan Jogja Sneaker Market 3 untuk mendapatkan data sesuai yang diperlukan oleh peneliti.

A. SAJIAN DATA

Proses kegiatan manajemen event yang dilakukan oleh panitia penyelenggara Jogja Sneaker Market untuk menarik pengunjung datang pada event ini tentu melewati beberapa proses atau tahapan yang dilakukan baik sebelum dan sesudah acara diselenggarakan sehingga aktivitas manajemen event yang dilakukan dapat diukur suatu keberhasilannya. Jogja

Sneaker Market 3 yang diselenggarakan pada tahun 2018 melalui beberapa tahapan yang diantaranya tahapan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan serta evaluasi selama penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3. Lebih lengkapnya hasil temuan data peneliti sajikan dalam sajian data berikut ini:

1. Proses Perencanaan event Jogja Sneaker Market 3

Tahapan awal yang dilakukan dalam penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3 merupakan perencanaan event. Dimana event ini direncanakan satu tahun sebelum acara diselenggarakan sekitar bulan Mei tahun 2017. Hal tersebut diungkapkan Ketua panitia penyelenggara event Jogja Sneaker Market 3 Dr. Tirta Mandhira Hudhi sebagai berikut:

“event ini kita rencanakan setahun sebelumnya, sebelumnya sempat jeda setahun dari penyelenggaraan JSM 2 karena kan beberapa hal. sampai kita mutusin untuk melanjutkan event ini lagi dan harus dipersiapkan dengan matang” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Event Jogja Sneaker Market awalnya diharapkan menjadi event tahunan yang diselenggarakan di Kota Yogyakarta, akan tetapi karena beberapa permasalahan yang dihadapi setelah penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 2 membuat penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3 harus berhenti sejenak sehingga baru dilaksanakan pada tahun 2018. Proses perencanaan yang dilakukan pada bulan Mei tahun 2017 dipersiapkan agar acara ini dapat sukses seperti atau bahkan melebihi

acara-acara sebelumnya. Adapun proses perencanaan yang dilakukan pada penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3 sebagai berikut:

a. Analisa Kompetitor event.

Langkah awal yang dilakukan oleh ketua panitia yang juga merupakan inisiator dalam penyelenggaraan event ini adalah melakukan analisa kompetitor event. Adapun aktivitas yang dilakukan dalam proses ini dijelaskan informan sebagai berikut:

“Saat kita memutuskan untuk menyelenggarakan JSM 3 saya dan teman-teman sebagai langkah awal berdiskusi terhadap penyelenggaraan event setahun terakhir dan bagaimana animo masyarakat dalam mengunjungi event” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Melalui proses diskusi bersama teman-temannya informan menjelaskan bahwa event-event yang telah diselenggarakan dapat menjadi bahan analisa atau pertimbangan dalam menyelenggarakan suatu event. Kegiatan tersebut dapat menjadi pertimbangan sebelum merumuskan konsep penyelenggaraan event, melalui riset tersebut kita mengetahui animo masyarakat terhadap penyelenggaraan event. Hal senada juga diungkapkan oleh Rezha Pahlevi selaku Ketua divisi acara sekaligus salah satu dari inisiator Jogja Sneaker Market (JSM) sebagai berikut:

“Tujuan semua orang sebagai penyelenggara untuk membuat event yang menarik dan dikunjungi banyak orang kan ya, nah event menarik seperti apa yang dikunjungi kita dapat belajar dari penyelenggaraan-penyelenggaraan event yang

pernah ada. Kita bisa ambil kelebihannya dan mengevaluasi kelemahannya” (wawancara dengan Rezha Pahlevi selaku ketua divisi acara pada tanggal 10 Oktober 2018)

Melakukan pengamatan dan diskusi dari penyelenggaraan event terdahulu bermanfaat bagi kita dalam mempelajari kelebihan dan kelemahan dalam penyelenggaraan suatu event. Hal tersebut yang kemudian dikelola sebagai bekal dalam penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3 pada Tahun 2018 yang diharapkan mampu melebihi pencapaian dari penyelenggaraan sebelumnya. Lebih lanjut informan menjelaskan sebagai berikut:

“Kita dapat mempelajari bagaimana rangkaian acara suatu event, acara mana saja yang menarik pengunjung, berapa lama suatu pengunjung mampu bertahan dalam mengikuti event, serta media apa saja yang digunakan. banyak hal lah yang bisa kita pelajari dari suatu penyelenggaraan event” (wawancara dengan Rezha Pahlevi selaku ketua divisi acara pada tanggal 10 Oktober 2018)

Informan menjelaskan secara Praktis kita dapat mempelajari perilaku pengunjung dalam ketertarikannya mengikut suatu acara atau penyelenggaraan event serta bagaimana menjangkau para target pengunjung dalam kegiatan publikasi atau promosi. Karena pada hakekatnya suatu penyelenggaraan event membutuhkan promosi agar target pengunjung mengetahui penyelenggaraan event. Konsep yang

baik tidak diikuti dengan kegiatan publikasi yang baik dapat dipastikan tidak akan diketahui oleh para pengunjung. Sehingga hal ini akan berdampak pada penyelenggaraan yang sepi pengunjung. Lebih lanjut informan Reza Pahlevi mengungkapkan sebagai berikut:

“Dari beberapa event yang kita amati seperti custom fest, binale, artjog dan sebagainya-sebagainya. Kecenderungannya menggunakan media sosial dalam publikasi acaranya, sedangkan kalo rangkaian acara itu relatif ya” (wawancara dengan Rezha Pahlevi selaku ketua divisi acara pada tanggal 10 Oktober 2018).

Menurut informan Rezha kita dapat mengamati dari suatu penyelenggaraan event besar yang ada di Kota tertentu dari media promosi yang dilakukan. Event-event besar dapat dilihat dari pengunjung yang hadir dalam suatu penyelenggaraan, Hasil pengamatan informan terdapat pola yang sama dalam menggunakan media promosi yaitu instagram.

Hal ini dinilai merupakan kecenderungan pengunjung yang didominasi oleh anak-anak muda atau orang dewasa yang pada saat ini menggunakan internet. Oleh karena itu penggunaan media sosial merupakan suatu langkah yang efektif dalam menyelenggarakan suatu event yang menargetkan anak muda sebagai pengunjung acara.

b. Menentukan target pengunjung

Setelah melakukan diskusi dalam aktivitas analisis kompetitor event, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh ketua panitia selaku inisiator Jogja Sneaker Market beserta ketua divisi program acara adalah menentukan target pengunjung. Informan Dr. Tirta Mandhira Hudhi menjelaskan sebagai berikut:

“ya saat kita udah punya bekal tadi kita coba pilah pilih target, yang jelas komunitas sneaker tentu jadi target utama. selain itu siapa? itu kan pertanyaan paling penting dijawab. sehingga pecinta ini dapat tumbuh kembang gak stuck di situ-situ aja” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018).

Berdasarkan data wawancara di atas segmen prioritas pada event Jogja Sneaker Market 3 merupakan pecinta sneaker yang ada di Kota Yogyakarta. Hal ini tentu menjadi pertimbangan rasional mengingat merupakan suatu hal yang mudah untuk menarik minat mereka untuk mengunjungi event tersebut. Permasalahannya adalah siapa segmen selanjutnya yang potensial agar event ini berjalan sesuai yang diharapkan. Informan lebih lanjut menjelaskan sebagai berikut:

“dari hasil diskusi itulah kami memutuskan untuk menargetkan anak muda usia 15-27 tahun. Hal ini dikarenakan Dominasi pengguna sneaker serta mayoritas pengunjung event yang menjadi bahan diskusi yang kami lakukan” (wawancara dengan Dr.

Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Segmen kedua yang menjadi target pengunjung ditetapkan adalah anak muda usia 15-27 tahun, dikarenakan sneaker lebih banyak digunakan anak muda serta menurut informan kebanyakan penikmat event merupakan anak-anak muda dibanding orang tua. Hal ini didapat dari diskusi yang dilakukan oleh para inisiator yang sekaligus sebagai ketua panitia penyelenggara event dan ketua divisi program acara pada Jogja Sneaker Market 3. Hal senada juga diungkapkan oleh informan Rezha sebagai berikut:

“iya gitu mba, kita kan melihat kecenderungan event yang akan kita laksanakan dan dari hasil pengamatan kita tadi. event kita ini event sepatu yang digemari anak muda pastinya, jarang kan ada orang tua yang menggunakan sepatu sneaker. selain itu seperti event tadi kita bisa lihat kecenderungan pengunjung event itu siapa sih, lalu event-event itu menggunakan apa sih dalam menginformasikan pesan” (wawancara dengan Rezha Pahlevi selaku ketua divisi acara pada tanggal 10 Oktober 2018)

Berdasarkan penjelasan informan dapat disimpulkan bahwa penting dalam menentukan target konsumen untuk memahami nilai produk atau jasa yang ditawarkan terlebih dahulu. Hal ini dicontohkan seperti event sneaker yang akan dilaksanakan merupakan barang yang digemari anak muda. Selain itu Anak muda menjadi target dari kegiatan event ini dikarenakan hasil

pengamatan informan terhadap beberapa penyelenggaraan event yang besar di Kota Yogyakarta selalu didominasi oleh anak-anak muda.

c. Merumuskan tema dan program acara

Langkah selanjutnya dalam proses perencanaan adalah menentukan tema acara, waktu penyelenggaraan serta tempat penyelenggaraan. Lebih lanjut hasil temuan data dilapangan akan peneliti sajikan sebagai berikut:

1) Tema

Tema merupakan hal penting dalam suatu penyelenggaraan, Karena dengan mengusung suatu tema yang menarik sudah tentu akan menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk hadir pada penyelenggaraan event tersebut. Pada penyelenggaraan Jogja Sneaker market 3 tema dan konsep acara disusun oleh founder dari event tersebut. Seperti yang diungkapkan informan Dr. Tirta sebagai berikut:

“Tema kita susun beberapa bulan sebelum acara dilaksanakan, ya yang menyusun tema kita aja. Kita ambil tema dari yang sedang ngetrend, yang lagi disenangin banyak orang, gak ada treatment khusus sih dalam buat tema, ya balik paling diskusi sama rezha” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Penyusunan tema Jogja Sneaker Market 3 dilakukan oleh informan Tirta dan Reza karena mereka pada dasarnya adalah founder dari event Jogja Sneaker Market 3. Menurut

informan dalam penyusunan tema mereka tidak melakukan suatu kegiatan tertentu untuk menentukan tema, melalui diskusi diantara mereka mereka coba menetapkan tema yang akan digunakan. Pada dasarnya diskusi dilakukan dengan melihat perkembangan trend yang sedang terjadi di antara masyarakat. Hal tersebut bisa dicapai melalui pengamatan sosial media serta obrolan dari teman-teman atau kerabat dalam sehari-hari. Lebih lanjut informan menjelaskan sebagai berikut:

“dari diskusi itu ya kita putusin tema JSM 3 kita mengambil tema hype, kick, fresh dan lifestyle karena kita melihat untuk dapat atractive kita harus bisa menyajikan acara yang kekinian” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)



Gambar 3. 1 Concept event JSM 3

Sumber: Arsip dan Dokumentasi JSM 3 tahun 2018

Berdasarkan informasi di atas dapat diketahui tema yang diambil yaitu harus kekinian dan menggambarkan lifestyle pada saat ini. Hal ini dikarenakan untuk menyajikan event yang dapat menarik minat pengunjung panitia harus dapat memikat para pengunjung dengan tema-tema yang dekat dengan target audiens. Tema ini kemudian akan menjadi dasar dalam merumuskan kegiatan atau rangkaian acara maupun aktivitas promosi yang akan dilaksanakan

b. Perumusan Konsep Acara JSM 3 2018

Proses selanjutnya dalam perancangan setelah menentukan tema informan selaku founder dari JSM 3 mulai merumuskan rangkaian acara. Seperti yang dijelaskan oleh informan sebagai berikut:

“selanjutnya ya kita ngerumusin acara, kegiatan mau apa aja. Pembicaranya siapa, susunannya bagaimana diselenggarakan kapan.” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa rangkaian kegiatan atau acara dirumuskan setelah menetapkan tema apa yang akan dipakai pada penyelenggaraan event JSM 3. Dalam penentuan rangkaian acara informan menjelaskan akan mempertimbangkan kegiatan apa saja, siapa pembicara dan bagaimana susunan acara. Berikut peneliti sajikan rangkaian acara yang terdapat dalam pelaksanaan JSM 3.

1. Rangkaian Acara

Rangkaian acara utama dalam penyelenggaraan Jogja Sneaker Market 3 merupakan kegiatan sneaker exhibition, talkshow dan entertainment. Seperti yang diungkapkan informan Dr. Tirta sebagai berikut:

“Sebenarnya kalo acara masih sama saja formatnya dengan penyelenggaraan tahun sebelumnya, ada exhibition talkshow dan entertaint. gak ada perubahan” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

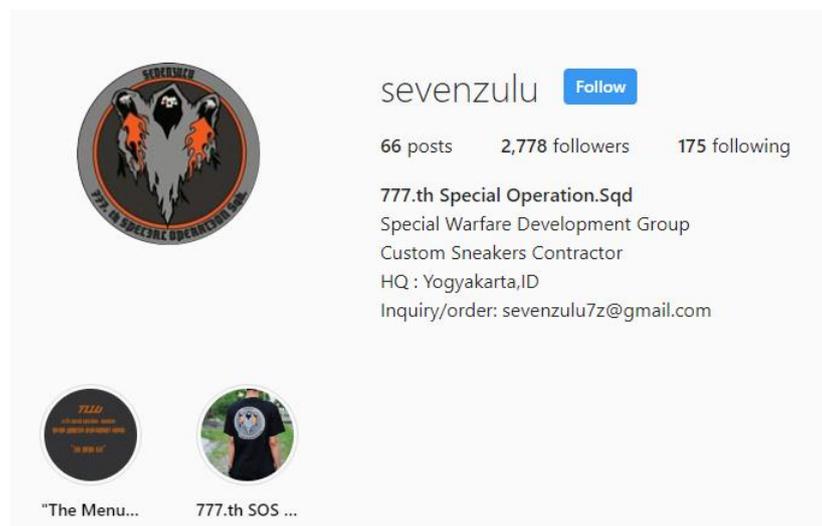
Berdasarkan informasi di atas dijelaskan bahwa kegiatan atau rangkaian acara yang digunakan dalam penyelenggaraan JSM 3 masih sama dengan penyelenggaraan tahun sebelumnya tidak mengalami perubahan. Dimana penyelenggaraan tersebut dibagi atas tiga jenis diantaranya Sneaker Exhibition, Talk Show, dan entertainment.

Sneaker Exhibition

Sneaker Exhibition merupakan kegiatan jual beli yang disediakan selama penyelenggaraan event. Dalam kegiatan ini melibatkan sedikitnya 20 tenant yang menjual berbagai merek sepatu sneaker dan berbagai variant mode sepatu. Tenant dari berbagai penjual sepatu sneakers akan menyediakan sepatu-sepatu yang limited edition.

Talk Show

Kegiatan selanjutnya berupa talk show, talk show terdiri dari beberapa jenis acara diantaranya workshop bersama para influencer kolektor sneaker, komunitas sneaker, dan lain sebagainya. Hal ini dibuat sebagai daya tarik dalam penyelenggaraan JSM 3. Dalam pelaksanaan kegiatan ini akan mengundang beberapa influencer sneaker seperti Sevenzulu, Ryudhasaputra, Ayash Laras, dan Maha Putra Vito.



sevenzulu [Follow](#)

66 posts 2,778 followers 175 following

777.th Special Operation.Sqd
Special Warfare Development Group
Custom Sneakers Contractor
HQ : Yogyakarta,ID
Inquiry/order: sevenzulu7z@gmail.com

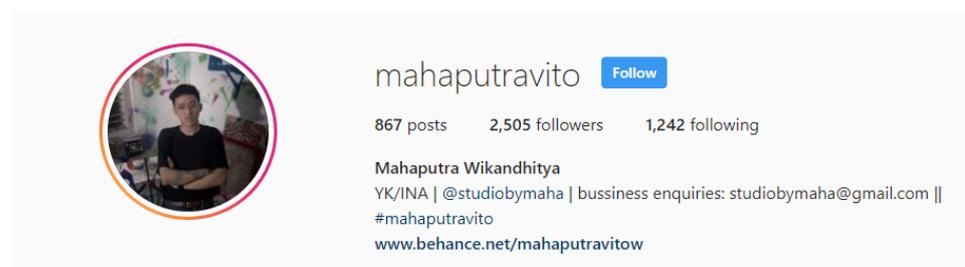
"The Menu..." 777.th SOS ...



ryudhasaputra [Follow](#)

253 posts 10.8k followers 293 following

Vrugarthdoom
Freelance Illustrator. Self-taught artist.
Commission / Inquiries: vrugarthdoom@gmail.com



mahaputravito [Follow](#)

867 posts 2,505 followers 1,242 following

Mahaputra Wikandhitya
YK/INA | @studiobymaha | bussiness enquiries: studiobymaha@gmail.com ||
#mahaputravito
www.behance.net/mahaputravitow



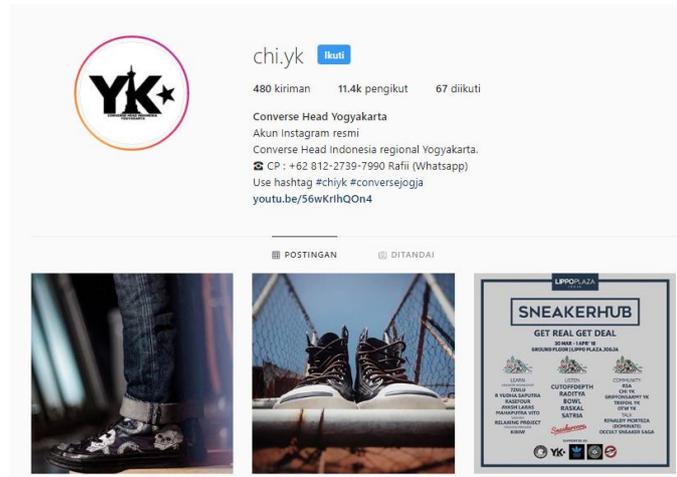
Gambar 3. 2 Pembicara dalam Talkshow JSM 3

Sumber: Arsip dan Dokumentasi

Mereka merupakan pecinta sneaker yang sudah terkenal di Indonesia, Mereka dikenal lewat koleksi sepatu sneakers dari berbagai produk yang hanya dimiliki oleh beberapa orang saja di dunia. Ketenaran atau popularitas mereka juga dapat dilihat dari Instagram mereka. Karena pengaruh dan popularitas mereka diharapkan dapat menjadi pemikat dalam penyelenggaraan event JSM 3 dan berdampak pada minat pengunjung yang antusias. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah followers yang dimiliki oleh para pembicara dalam talkshow, dimana para followers mereka ada yang dari 2000 hingga 10 ribu followers. Hal tersebut yang menjadi dasar bagi ketua panitia memilih mereka sebagai pembicara, diharapkan dengan memilih para influencer tersebut tentu akan berdampak pada promosi atau publikasi pada event ini.

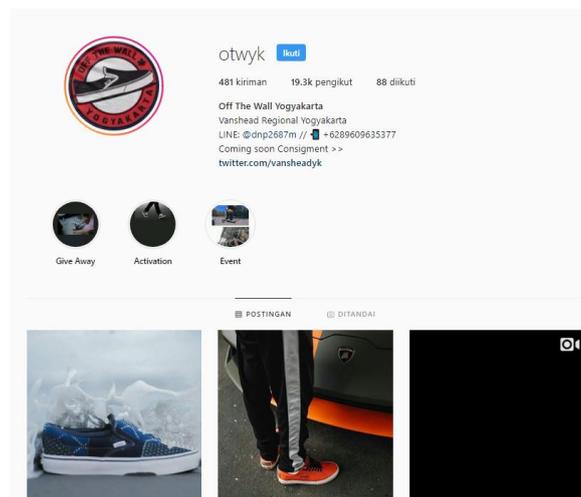
Selain melibatkan pembicara yang telah disebutkan di atas para panitia juga melibatkan berbagai komunitas sepatu sneaker untuk turut serta hadir dalam kegiatan talkshow yang diselenggarakan.

Gambar 3.3 Komunitas Converse Head Yogyakarta



Sumber: <https://www.instagram.com/chi.yk/?hl=id>

Gambar 3. 3 Komunitas Off The Wall Yogyakarta



Sumber: <https://www.instagram.com/otwyk/?hl=id>

Gambar 3.3 dan 3.4 di atas merupakan beberapa komunitas yang diundang dalam penyelenggaraan Jogja Sneaker market 3 yang

diselenggarakan pada tahun 2018. Komunitas dilibatkan untuk memeriahkan *event* yang diselenggarakan, melalui keterlibatan komunitas tersebut diharapkan dapat menjadi penunjang tingkat kunjungan. Hal tersebut didasari pertimbangan yang sama dengan penentuan pembicara dalam *talkshow* dilakukan dimana dapat diketahui dari dua komunitas tersebut setidaknya memiliki 31ribu followers pada akun instagram mereka.

Entertainment

Selain dua kegiatan yang telah dijelaskan sebelumnya, untuk menambah semarak acara, pada penyelenggaraan Jogja Sneaker Market 3 turut menyelenggarakan acara hiburan dalam bentuk Custom Sneaker Competition dan Live Music dan DJ's. Costume Sneaker Competition merupakan sebuah lomba memodifikasi sepatu sneaker yang dilaksanakan pada hari ketiga penyelenggaraan. Hal ini menjadi acara hiburan bagi para pecinta sneaker. Selain itu Live music juga diadakan untuk mengiringi keberlangsungan event JSM 3.

Setelah acara ditetapkan selanjutnya para founder menyusun rangkaian acara berdasarkan waktu pelaksanaan. Penyusunan acara tersebut dengan mempertimbangkan kesiapan para pengisi acara yang akan hadir dalam penyelenggaraan Jogja Sneaker Market 3 pada tahun 2018.

← Back		rundown sneakerhub.xlsx			↑
KAMIS,29/03/2018	22.00 - 01.00	300'	LOADING TENANT	ALL CREW	
JUMAT,30/03/2018					
	11.00 - 14.00		OPEN GATE BACKSOUND MIXTAPE	CREW	
	14.00 - 14.10	10'	OPENING	MC	
	14.10 - 14.25	15'	SAMBUTAN KETUA SNEAKERHUB	denis	
	14.25 - 15.00	35'	MIXTAPE PLAY	DJ BROWSING	
	15.00 - 16.30				
	16.30 - 17.30	60'	PERFORM SATRIA	STAGE CREW	
	17.30 - 18.30	60'	BREAK		
	18.30 - 19.00	30'	GIVEAWAY	MC AND STAGE CREW	
	19.00 - 20.00	60'	TALK OCCULT SNEAKER SAGA	STAGE CREW	MODERATOR FIRAS MAHENDRA
	20.00 - 21.00	60'	PERFORM BOWL	STAGE CREW	
SABTU,31/03/2018					
	14.00 - 14.15	15'	mc opening	MC + ABDUR	MC OPENING MENGENALKAN ABDUR DAN SASHIKO
	14.15 - 16.00	105'	SASHIKO BY RELAXING PROJECT	ABDUR + KEN + CREW	
	16.00 - 16.15	15'	GIVEAWAY	MC STAGE CREW	
	16.15 - 17.30	120'	TALKSHOW COMMUNITY	MC + COMMUNITY	
	17.30 - 18.30	60'	BREAK		
	18.30 - 18.45	15'	GIVEAWAY /GAMES	MC	
	18.45 - 19.45	60'	TALK RENALDY MORTEZA	KESONG YUDHA MC	MODERATOR YUDHA KUSUMA
	19.45 - 20.00	15'	ANNOUNCE INSTA QUIZ	MC	
	20.00 - 21.00	60'	PERFORM RASKAL	STAGE CREW	
MINGGU,01/04/2018					
	13.00 - 13.15	15'	OPENING	MC	MENGENALKAN KEGIATAN WORKSHOP
	13.15 - 18.00		CUSTOM SNEAKER WORKSHOP	KEN + ARTIST	
	14.00 - 15.00	60'	LIVE FASHION PREVIEW KIKIW	STAGE CREW	
	15.00 - 16.00	45'	FOLK SUPPLY TALK PREVIEW	REZKY	
	16.00 - 17.00	60'	PERFORM RADITYA		
	17.00 - 17.30	30'	BACK TO WORKSHOP AREA	MC	PREVIEW UNTUK SNEAKER2 YANG UDAH DICUSTOM
	17.30 - 18.30	60'	BREAK		
	18.30 - 20.00	90'	TRADING PIT	MC + CREW	ANNOUNCE SNEAKER CUSTOM WINNER
	20.00 - 21.00	60'	CUT OFF DEPTH	MC	TRADE SEPATU DARI TENNANT

Gambar 3. 4 Rundown Acara Jogja Sneaker Market 3

Sumber: Arsip dan Dokumentasi Panitia JSM 3

Pada gambar di atas kita dapat melihat susunan acara selama tiga hari penyelenggaraan Jogja Sneaker Market 3. Setiap sesi rata-rata dilaksanakan selama 60 sampe 120 menit, hal ini dilakukan untuk menjaga kesiapan para pengisi acara sehingga acara berlangsung tidak terlalu lama yang cenderung akan membuat jenuh. Selain itu panitia juga memperhatikan waktu-waktu break untuk beribadah dan istirahat, sehingga penyelenggaraan acara tidak mengganggu atau melanggar norma yang berlaku di daerah Yogyakarta yang pada dasarnya didominasi agama islam.

2. Tempat Penyelenggaraan

Langkah selanjutnya dalam perumusan acara yaitu tempat penyelenggaraan. Tempat penyelenggaraan harus memiliki

kesesuaian dengan tema yang ditentukan. Seperti yang diungkapkan informan sebagai berikut:

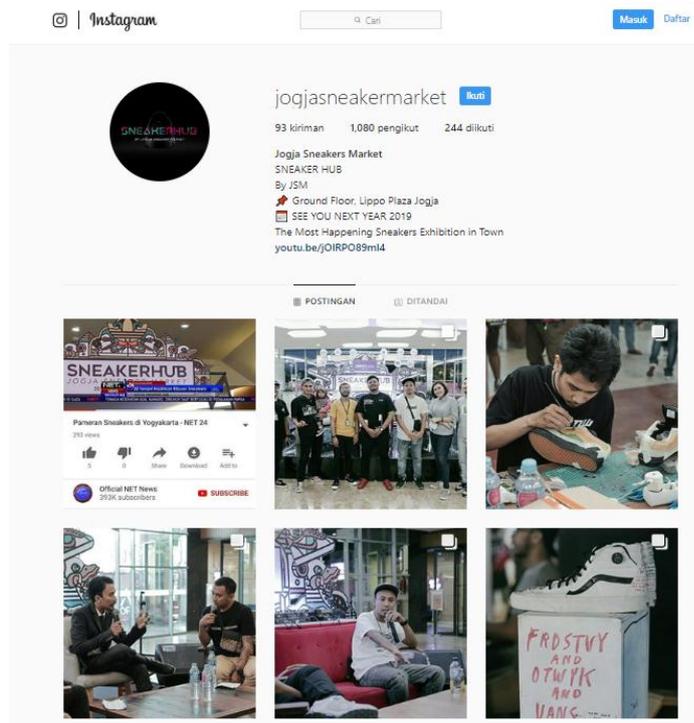
“untuk tempat kita milih di Lippo Mall karena kita ada media partner dalam penyelenggaraan event ini. Lippo Mall tertarik untuk menyediakan tempat dan kebutuhan event ini dengan beberapa syarat tertentu. dari syarat yang diberikan kita bisa penuhi dan kita laksanakan acara disana” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Berdasarkan informasi di atas dijelaskan bahwa tempat penyelenggaraan dipilih suatu tempat yang menggambarkan tentang tema itu sendiri. Dimana Lippo Mall dipilih sebagai tempat pelaksanaan dikarenakan lokasi yang mudah di akses dari manapun, dengan kata lain berada di tengah kota Yogyakarta.

c. Perancangan kegiatan Promosi

Selain persiapan penyusunan acara divisi *Media* dan publikasi juga melakukan perencanaan promosi untuk mendukung kesuksesan acara *event* JSM 3. Seperti yang informan sebagai berikut:

“Promosi kita fokus viral marketing, karena fokus kita anak muda yang menggunakan internet” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)



Gambar 3. 5 Akun Instagram Jogja Sneaker Market 3

Sumber:

<https://www.instagram.com/jogjasneakermarket/?hl=id>

Berdasarkan informasi diatas diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh JSM 3 melalui Viral Marketing. *viral marketing* melalui sosial media dipilih menjadi media utama dalam kegiatan promosi dikarenakan kemudahan dalam menyebarkan informasi dan sesuai dengan profil mahasiswa yang melek internet. Lebih lanjut informan Dr Tirta menjelaskan Sebagai berikut:

“selain relevan dengan target pengunjung kita, sosial media marketing atau viral marketing ini cukup efektif kalo dilihat dari jangkauan dan kebutuhan anggaran” (wawancara dengan Dr. Tirta

Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Sosial media marketing dianggap memiliki kemampuan yang cukup efektif dalam kegiatan publikasi dengan mempertimbangkan jangkauan yang tidak memiliki batas, selain itu penggunaan sosial media marketing tidak membutuhkan biaya yang cukup besar seperti penggunaan alat promosi lainnya.

2. Pelaksanaan Kegiatan *Event JSM 3*

Tahapan selanjutnya dalam manajemen *event JSM 3* adalah pelaksanaan *Event*. Berikut lebih jelas peneliti sajikan temuan data dilapangan:

a. Rekrutmen Panitia

Rekrutmen panitia dilaksanakan saat semua perencanaan telah ditetapkan. Dalam penyelenggaraan *Jogja Sneaker Market 3* proses perencanaan memang tidak melibatkan banyak orang dalam merumuskan acara. Hal ini dikarenakan agar tidak terlalu banyak suara atau pandangan-pandangan yang dikhawatirkan para founder akan membuat penyusunan konsep acara menjadi sulit. Rekrutmen dilakukan langsung oleh para founder dengan menghubungi komunitas komunitas sepatu dalam pencarian panitianya seperti yang dijelaskan oleh informan Dr. Tirta sebagai berikut:

“Panitia kita pakai cara tahun-tahun sebelumnya, kita tawarkan dengan teman-teman komunitas, buat

member atau anggota nya yang berminat untuk menjadi panitia dalam penyelenggaraan JSM 3” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Berdasarkan informasi di atas informan menjelaskan bahwa rekrutmen panitia dilakukan dengan menggunakan metode sama pada pelaksanaan Jogja Sneaker Market 2 dengan menawarkan relasi komunitas untuk menjadi panitia acara. Hal ini dilakukan karena informan menganggap sudah mengenal sebagian para anggota komunitas dan memudahkan dalam koordinasi. Seperti yang dijelaskan oleh informan sebagai berikut:

“ya kita ambil mereka, kita juga sudah kenal mereka jadi gampang dalam melakukan koordinasi dibanding kita harus open recruitment buat umum. kita butuh waktu banyak juga kan mba?” “Panitia kita pakai cara tahun-tahun sebelumnya, kita tawarkan dengan teman-teman komunitas, buat member atau anggota nya yang berminat untuk menjadi panitia dalam penyelenggaraan JSM 3” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Menurut informan dengan menggunakan relasi dalam struktur kepanitian memudahkan dalam proses koordinasi, selain itu hal ini dinilai menghemat dalam penggunaan waktu dibanding dengan melakukan rekrutmen secara umum. Proses rekrutment pada teman-teman komunitas pecinta sepatu dapat dilakukan via grup whatsapp messenger atau lisan langsung melalui ketua

masing-masing komunitas. Sehingga tidak membutuhkan waktu yang terlalu banyak dalam proses rekrutment.

b. Open Register Tenant

Proses selanjutnya dalam pelaksanaan event yaitu membuka pendaftaran tenant, pendaftaran tenant dilakukan dua bulan sebelum penyelenggaraan event seperti yang diungkapkan oleh informan Dr. Thirta sebagai berikut:

“selanjutnya ya kita buka pendaftaran buat tenant. ini kita posting di media sosial kita, tapi kebanyakan kita ngirim penawaran melalui undangan. Karenakan kita udah punya data-data mereka dari pelaksanaan tahun sebelumnya. (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)



Gambar 3. 6 Home Feed Instagram Jogja Sneaker Market 3

Sumber: Arsip Jogja Sneaker Market 3

Informan menjelaskan bahwa pembukaan pendaftaran tenant dilakukan dengan mengundang secara langsung. Hal ini dapat dilakukan karena informan masih memiliki arsip terkait data tenant yang terlibat pada tahun sebelumnya. Sehingga mereka dapat menghubungi para tenant secara langsung. Selain

itu informan juga membuat publikasi melalui sosial media untuk mendapatkan tenant tenant baru yang ikut serta dalam penyelenggaraan Jogja Sneaker Market 3. Lebih lanjut informan menjelaskan sebagai berikut:

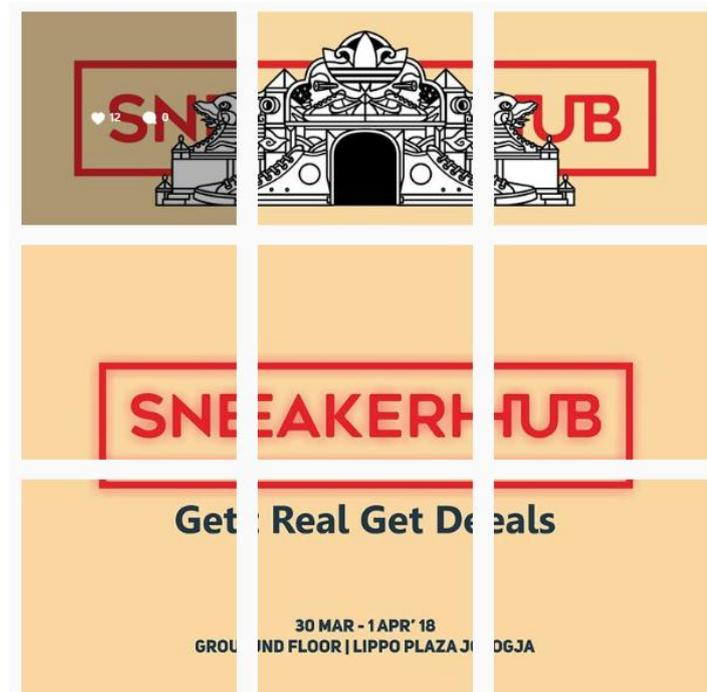
“publikasi juga kita lakukan pada satu bulan sebelum penyelenggaraan, semakin lama waktu penyelenggaraan semakin luas jangkauan yang kita capai” . (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Berdasarkan informasi di atas informan menjelaskan bahwa publikasi pendaftaran tenan dilakukan satu bulan sebelum acara dimulai. Hal ini baik dilakukan guna untuk mendapatkan jangkauan yang lebih luas, semakin lama informasi disebarkan harapanya akan semakin luas audiens yang dijangkau,

c. Pelaksanaan Promosi *Event*

Kegiatan promosi *event* dilakukan pada saat bulan desember dimana hal ini bearti 3 bulan sebelum *event* diselenggarakan. Seperti yang diungkapkan ketua divisi *Media* dan Publikasi sebagai berikut:

“Kegiatan promosi kita udah lakukan sejak jauh-jauh hari mas saat bulan desember kita udah posting pertama. Untuk memberi tahu audiens tentang *event* yang akan diselenggarakan. Tujuannya ya biar semua tahu kalo kita bakal punya *event* pada bulan maret nanti” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

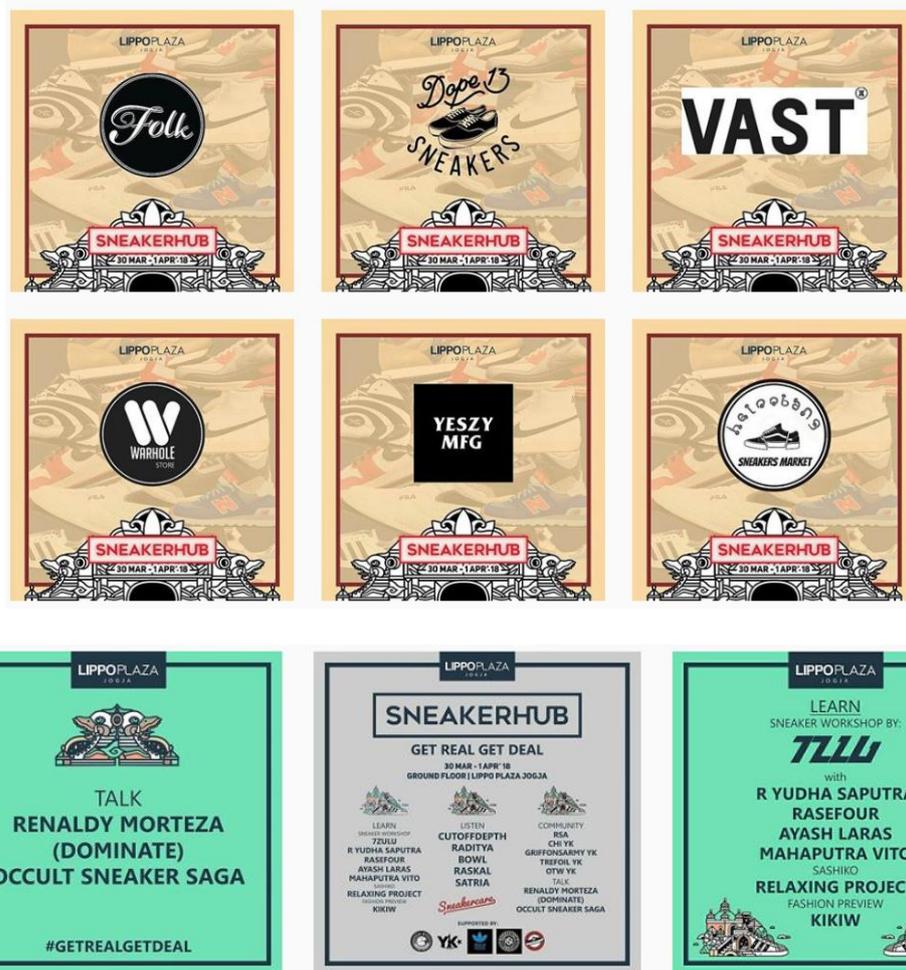


Gambar 3. 7 Postingan Pertama JSM 3

(Sumber: <https://www.instagram.com/jogjasneakermarket/?hl=id>)

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa dalam kegiatan promosi hal tersebut sudah dilakukan tiga bulan sebelum *event* diselenggarakan. Hal ini dilakukan bertujuan agar para *followers* yang kebanyakan segmen dari pelaksanaan event dapat mengetahui lebih awal adanya *event* tersebut. Dalam kegiatan promosi ada beberapa informasi atau jenis konten yang dipersiapkan yaitu; informasi tenant, publikasi rangkaian acara serta para pengisi acara. Sehingga para calon pengunjung mendapatkan informasi terkait penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3. Seperti yang diungkapkan informan Dr. Tirta sebagai berikut:

“ya pesan dari kegiatan promosi kita menyangkut beberapa hal mba, seperti informasi tenant, pengisi acara serta rangkaian kegiatan dengan mengetahui tenant yang terlibat dan pengisi acara tentu ini menjadi daya tarik dalam penyelenggaraan event nantinya” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)



Sumber: Arsip Jogja Sneaker Market 3

Berdasarkan informasi di atas ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam kegiatan promosi yaitu pengisi acara, tenan siapa saja dan jadwal penyelenggaraan. Semakin jelas suatu

informasi tentu hal ini akan mudah dipahami oleh target pengunjung. Melalui informasi-informasi tersebut diharapkan dapat menjadi menarik bagi calon pengunjung untuk menghadiri suatu event. Selain itu informan menjelaskan sebagai berikut:

“Penataan feed, penjadwalan waktu postingan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dalam melakukan aktivitas viral marketing” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Menurut informan dalam pengelolaan media sosial sebagai media promosi penting bagi kita untuk memperhatikan penataan feed dan penjadwalan waktu posting. Lebih lanjut informan menjelaskan sebagai berikut:

“Semakin menarik feed disusun kan viewer jadi enak ngebaca nya. Jadi informasi yang kita sebar kan bisa dibaca semua oleh user atau follower, begitu juga dengan waktu kalo kita gak tau waktu kapan postingan dilakukan sebaiknya, yang ada target lagi tidur kita malah posting kan gak dibaca” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Tatanan feed yang menarik membuat viewer atau user instagram terpicu untuk mengunjungi profile dan membaca informasi yang kita sediakan. Sedangkan untuk waktu penting banget kita memahami target audiens yang ditetapkan kebiasaan mereka online, Sehingga efektivitas postingan dapat maksimal mungkin dilihat oleh para target audiens. Hal tersebut juga

diungkapkan oleh para informan yang mengunjungi acara Jogja Sneaker Market 3 yang mengungkapkan sebagai berikut:

“dari instagram mba, itu muncul di beranda saya. waktu itu kalo gak salah ya saya liat postingan sepatu ya keren dilihatnya. terus saya klik ternyata mau ada penyelenggaraan event” wawancara dengan Prasetyo Ferdianto pada tanggal 9 Desember 2018”

Informan Ferdianto menjelaskan bahwa ia mengetahui tentang Jogja Sneaker Market 3 tanpa sengaja muncul dari akun instagramnya di fitur pencarian. Informan juga menjelaskan tertarik dengan tampilan foto yang muncul sehingga mencoba mengunjungi akun tersebut.

d. Pelaksanaan *Event*

Hal terkakhir dalam proses pelaksanaan yaitu adalah pelaksanaan *Event* JSM. Pelaksanaan *Event* JSM 3 dimulai dengan rangkaian acara kegiatan seminar *Talkshow*, exhibition serta bazar sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. seperti yang diungkapkan informan sebagai berikut:

“Pelaksanaan kita buat mengacu pada rundown acara ya yang sudah ditetapkan jadi gak ada yang berubah dan semua berjalan lancar” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Informan menjelaskan pelaksanaan tetap berdasarkan rundown yang telah ditetapkan, tidak ada perubahan baik dari rencana kegiatan maupun pelaksanaan yang dilakukan. Lebih

lanjut informan Dr. Tirta yang merupakan ketua panitia acara sekaligus founder dari Jogja sneaker Market mengungkapkan sebagai berikut:

“Saat pelaksanaan pada malam h-1 kita minta semua tenant untuk loading serta untuk pengesetan tempat jadi saat pelaksanaan gak ada lagi obrolan untuk pengaturan tempat. Sembari itu kita juga melakukan pengecekan terhadap spot area mengingat penyelenggaraan kita di mall” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Persiapan dan penataan tempat dilakukan sehari sebelum acara dilaksanakan mengingat pelaksanaan event di mall sehingga dibutuhkan koordinasi yang baik antara panitia dan tenant. Dengan begitu miskomunikasi yang bisa saja terjadi dapat dihindari sedini mungkin. Lebih lanjut informan menjelaskan sebagai berikut:

“kita ada briefing dulu sebelum mereka membawa masuk peralatannya untuk koordinasi. Jadi kita jelaskan dari teman-teman tenant dulu baru kita ke teman-teman panitia. teman-teman tenant kita arahkan untuk lokasi masing-masingnya kita kasih map stand nya” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)



Gambar 3. 8 Denah Tenant JSM 3

Sumber: Arsip Jogja Sneaker Market 3

Proses briefing dilakukan pada para tenant pada saat loading peralatan, dalam proses briefing setiap tenant dikumpulkan untuk diberikan pengarahan dan informasi terkait setiap peraturan serta kewajiban yang harus dilaksanakan, guna mempermudah para teman panitia menyiapkan bentuk map yang berisi grafik stand penyelenggaraan serta lokasi masing-masing tenant. Selanjutnya event dilaksanakan selama tiga hari berdasarkan rundown acara yang telah dibuat.



Sumber: Arsip Jogja Sneaker Market 3



Sumber: Arsip Jogja Sneaker Market 3



Sumber: Arsip Jogja Sneaker Market 3

Gambar di atas merupakan kemeriahan acara dari pelaksanaan even Jogja Sneaker Market 3 yang diselenggarakan di Lippo Mall. Penulis mencoba mencari tahu opini pengunjung

terkait pelaksanaan event yang diselenggarakan, berikut ungkapan informan terhadap penyelenggaraan event tersebut:

“keren mba, saya puas dengan penyelenggaraannya. secara tatanan rapi ya gak terlalu crowded. hiburan-hiburan nya juga enak. tema nya juga instagramable banget” wawancara dengan Prasetyo Ferdianto pada tanggal 9 Desember 2018”

Menurut informan penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market dapat dikatakan meriah dilihat dari tatanan tenant, hiburan serta dekorasi yang digunakan instagramable. Instagramable merupakan sebuah istilah yang mengacu pada sebuah kondisi yang menarik untuk difoto menjadi postingan di akun sosial media instagram.

3. Evaluasi *Event* JSM 3

Kegiatan terakhir dalam manajemen *event* yang dilakukan adalah evaluasi. Kegiatan evaluasi dilakukan H+7 setelah acara dilaksanakan, berikut hasil kutipan wawancara yang dilakukan oleh peneliti:

“evaluasi kita lakukan pas setelah seminggu acara selesai dilaksanakan hal ini dilakukan untuk memberikan waktu kepada teman-teman menyiapkan laporan pertanggungjawaban terhadap penggunaan anggaran dan pembelian peralatan kalo ada alat yang statusnya sewa.” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018

Berdasarkan informan di atas diketahui bahwa dalam kegiatan evaluasi dilakukan H+7 setelah acara diselenggarakan. Hal ini

dilakukan karena alasan untuk memberi waktu kepada seluruh panitia agar dapat beristirahat sejenak paska penyelenggaraan *event*. Dengan begitu diharapkan kegiatan evaluasi dapat berjalan dengan baik. Lebih lanjut informan Dr. Tirta menjelaskan sebagai berikut:

“ya kita evaluasi kita kumpulkan teman-teman panitia untuk memberikan laporan selama penyelenggaraan. Kendala apa saja yang ditemui teman-teman panitia, lalu ini akan menjadi bahan masukan untuk penyelenggaraan event selanjutnya jangan sampai keulang lagi” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)

Pada proses evaluasi informan mengumpulkan setiap panitia yang terlibat untuk menyampaikan laporan selama proses penyelenggaraan event Jogja Sneaker Market 3. Laporan-laporan tersebut berguna sebagai arsip bagi founder ataupun ketua pelaksana untuk penyelenggaraan event selanjutnya. Lebih lanjut infoman menjelaskan sebagai berikut:

“JSM 3 kita nilai berhasil dari tahun sebelumnya karena kita dapat mendatangkan 95 ribu pengunjung dalam waktu tiga hari dengan transaksi lebih dari 2 miliar” (wawancara dengan Dr. Tirta Mandhira Hudhi selaku ketua panitia pelaksana pada tanggal 12 Oktober 2018)



Gambar 3. 9 Publikasi event JSM 3 di Portal Online Lokal Yogyakarta

<https://gudeg.net/read/10580/95.000-pengunjung-padati-jogja-sneaker-market-vol.3.html>

B. PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti akan melakukan pembahasan dari hasil temuan data lapangan yang telah dilakukan melalui proses wawancara dan pengumpulan studi kepustakaan berupa dokumen serta foto-foto yang berkaitan dengan Penyelenggaraan *Event* JSM 3 pada tahun 2018. Menurut Sulaksana (2007:83) *event* merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengomunikasikan pesan tertentu kepada *audiens* sasaran. Dengan diadakan *Event* dapat mendekatkan penonton dengan penyelenggara, sehingga dapat menambah penonton setiap tahunnya. Kepuasan penonton akan menentukan keputusan seseorang untuk menyaksikan lagi atau tidak. Sikap adalah evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau sebaliknya dan bertahan lama seseorang terhadap suatu objek (Morisan, 2012: 105).

Dalam sub bab ini peneliti akan menjelaskan langkah-langkah untuk melihat efektifitas dalam penyelenggaraan *Event* Jogja Sneaker Market 3 pada tahun 2018. Hal tersebut bertujuan bagi peneliti untuk melihat sejauh mana tingkat efektifitas dan juga perencanaan dalam penyelenggaraan JSM 3.

1. Perencanaan *Event* Jogja Sneaker Market 3

Menjalankan suatu *Event* diperlukan tahap perencanaan yang matang untuk mendukung sukses atau tidaknya *event* saat diselenggarakan. Tujuan diselenggarakan *Event* merupakan langkah awal dalam setiap perencanaan sebuah *event*. Hal tersebut selaras dengan yang dijelaskan Noor yaitu tujuan diselenggarakannya *event* dapat berupa pembelajaran, bertukar pikiran, sosialisasi, peringatan, hiburan, mempromosikan komunitas dan meningkatkan pendapatan (Noor, 2013:132).

Tahapan dari perencanaan menurut Wibowo (2013:104) menjelaskan bahwa menyelenggarakan *event* tidak bisa langsung dilaksanakan harus melakukan berbagai tahapan. Panitia penyelenggara melakukan berbagai perencanaan yaitu menentukan tema, menentukan sasaran yang ingin dicapai, menyusun strategi untuk mencapai sasaran, memilih waktu, tempat dan menyusun rancangan anggaran biaya. Secara umum apa yang dilakukan panitia penyelenggara JSM 3 telah sesuai dengan apa yang diutarakan Wibowo di atas hanya saja pada konteks penyelenggaraan JSM 3 tahapan perencanaan dimulai dengan pembentukan struktural kepanitiaan. Hal ini dilakukan agar penggunaan

sumber daya manusia dapat dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan. Selain itu dengan melakukan penyusunan panitia di awal memudahkan para panitia untuk fokus pada tugas dan perannya masing-masing, sehingga ada efektifitas penggunaan waktu.

JSM 3 merupakan *Event* tahunan atau penyelenggaraanya dilaksanakan tiap tahun dengan mengangkat tema yang berbeda-beda. Pada penyelenggaraan tahun 2018 “Sneakerhub” sebagai tema JSM 3 pada tahun 2018. Tema ini dirumuskan berdasarkan riset yang dilakukan oleh Panitia penyelenggara terhadap suatu issue yang sedang berkembang di masyarakat. Pemilihan nama atau tema sebuah *event* yang akan berlangsung juga akan mempengaruhi antusias banyak atau tidak dari penonton yang akan hadir.

Tema hendaknya dibuat dengan singkat dan jelas agar dapat dipahami oleh penonton dan mudah diingat. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan menurut Wibowo (2013:108) tema yang dibentuk memiliki beberapa syarat yaitu singkat, padat yang berisikan informasi, menggunakan bahasa yang jelas, sesuai dengan sasaran daerah yang dituju dan aktual. Apabila menggunakan tema yang sulit dan panjang akan membuat penonton kesulitan atau tidak mengerti, sehingga penonton tidak tertarik untuk menyaksikan. Tema merupakan ide dasar atau ide pokok sebuah *event*. Tema dibuat berdasarkan suatu kejadian dan peristiwa.

Berdasarkan hasil data di atas dapat disimpulkan bahwa panitia penyelenggara JSM 3 sudah menentukan nama dan tema dalam

perencanaan *event*, karena dalam penjelasan Suseno (2006:13) untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam suatu acara yang digelar, salah satu faktor yang terpenting adalah bagaimana acara itu tersusun seperti tema konsep acara.

Pemilihan nama atau tema sebuah event yang akan berlangsung juga akan mempengaruhi antusias banyak atau tidaknya peserta yang mengikuti kegiatan ini. Tema yang dipilih ini sudah sesuai untuk mewakili acara yang akan diselenggarakan karena dari tema inilah yang akan membuat peserta penasaran untuk mengetahui banyaknya jawaban dari para peserta sehingga dari banyaknya jawaban ini akan menjadi bahan sharing satu sama lain. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Suseno (2009:46) nama atau tema dapat mempresentasikan apa yang ingin disampaikan oleh penyelenggara suatu acara.

Perencanaan selanjutnya yaitu menentukan target sasaran. Target pasar adalah memilih salah satu atau beberapa segmen konsumen yang menjadi fokus dari kegiatan-kegiatan pemasaran. Perusahaan atau komunitas harus memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) konsumen (Morisan, 2012:70). Pemilihan segmen dilakukan berdasarkan *mapping* segmen oleh panitia penyelenggara. *Mapping* segmen diperlukan untuk menentukan target pasar agar dapat tepat pada sasaran. Terdapat dua kriteria dalam target sasaran yaitu demografis yang melakukan pemetaan berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Adapun yang kedua adalah psikografis yaitu melakukan riset dengan

bertanya kepada calon peserta motivasi untuk melihat *event* dan memilih produk.

Hal tersebut dilakukan oleh ketua panitia penyelenggara bersama dengan ketua divisi acara yang pada dasarnya merupakan founder dari Jogja sneaker market. Panitia penyelenggara dalam melakukan menentukan target pengunjung dengan pemetaan segmen berdasarkan usia, dan profesi. hal ini dilakukan agar kegiatan yang diselenggarakan dapat berjalan sesuai dengan yang tujuan penyelenggaraan event. Hal ini penting untuk dilakukan dalam merencanakan sebuah *event* harus menentukan sasaran yang ingin dicapai agar membantu panitia penyelenggara memusatkan dan mengarahkan kegiatan-kegiatan penyelenggaraan.

Setelah menentukan target pengunjung *event*, yang harus direncanakan selanjutnya yaitu menyusun strategi yang tepat untuk mencapai sasaran sesuai yang diinginkan oleh penyelenggara. Komunitas atau perusahaan memanfaatkan *event* sebagai sarana untuk mengkomunikasikan pesan dari komunitas. Menurut Iriantara dalam Ruslan (2007) strategi merupakan kebijakan untuk mencapai suatu tujuan yang kemudian dijabarkan kedalam sejumlah strategi atau rencana untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan penyelenggara.

Strategi selanjutnya yaitu dalam hal publikasi, panitia penyelenggara JSM 3 menggunakan *Social Media* untuk mempromosikan

event. Dengan *Update* informasi tentang *Event* JSM 3 yang akan diselenggarakan dibulan Desember berupa informasi teks, pengisi acara, poster, waktu dan tanggal. *Event* JSM 3 menggunakan media sosial seperti instagram. Calon pengunjung dapat mendapatkan informasi dari beberapa media sosial yang dimiliki oleh JSM 3. Kotler dan Keller (2012:563) menjelaskan media sosial menjadi cara bagi konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, suara dan video dengan pengguna lainnya atau target sasaran sebuah perusahaan.

Dalam *Event* juga begitu tak kenal maka tak akan mengunjungi, sebab logikanya, bagaimana konsumen mau mendatangi acara atau *event* tersebut jika mereka tidak kenal acara tersebut, promosi yang baik menurut Noor (2013:163) salah satu teknik promosi yang sering digunakan dalam bisnis bersekala besar atau kecil untuk komersial adalah menjadi sponsor ada penyelenggara *event*. Dengan begitu penyelenggara *Event* mendapatkan keuntungan. Sesuai dengan teori Noor (2013:240) kunci utama yang perlu diketahui adalah keuntungan apa yang akan didapat oleh pengunjung terhadap *event*. Keuntungan yang didapatkan oleh JSM 3 dikenal diseluruh Indonesia. Sedangkan keuntungan yang didapatkan pengunjung saat menyaksikan *event* JSM 3 adalah bertemu dengan sesama pecinta sepatu sneaker serta dapat berburu sepatu-sepatu langka yang menjadi incaran banyak orang.

Panitia penyelenggara Jogja Sneaker Market 3 menggunakan beberapa strategi dalam hal mempromosikan event JSM di media sosial.

Hal tersebut terlihat dari penonton yang hadir merupakan anak muda yang menjadi target sasaran utama JSM, karena generasi muda sudah mengikuti perkembangan teknologi dan dapat mengakses dari internet untuk mendapatkan informasi.

Tempat penyelenggaraan JSM 3 disesuaikan dengan momentum yang sedang terjadi. Selain itu dalam menentukan waktu penyelenggaraan menurut Noor (2013:146) juga berhubungan dengan besarnya biaya yang ditetapkan. Menetapkan tanggal pelaksanaan sangat diperlukan untuk membuat rencana yang tepat, penyelenggara sebaiknya menentukan tanggal cadangan, karena bisa terjadi perubahan waktu penyelenggara dan tidak didukung oleh fasilitas yang lainnya. Perubahan waktu bisa saja terjadi karena adanya kendala-kendala saat perencanaan atau belum siapnya suatu komunitas atau penyelenggara.

Menurut Noor (2013:145) pemilihan tempat *event* akan memberikan makna khusus bagi terselenggaranya *event*. Tempat akan mempengaruhi kesan pengunjung terhadap *event* dan akan datang untuk tahun-tahun selanjutnya. Panitia juga sudah menetapkan waktu dan lokasi penyelenggaraan *event* JSM 3 pada tahun 2018 dengan cara memilih tempat berdasarkan lokasi yang strategi dalam artian mudah secara akses dan diketahui banyak orang. Hal tersebut selaras dengan seperti yang jelaskan oleh Pudjiastuti (2010:20) mengenai pemilihan waktu dalam pelaksanaan *event* sudah dipertimbangkan dalam perencanaan sebelumnya

dan atas ketersediaan waktu dari masyarakat. Tempat yang strategis akan mempengaruhi peserta yang hadir.

Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Suseno (2006:46) penentuan lokasi akan ikut menentukan berapa banyaknya pengunjung atau penonton yang datang, selain itu lokasi penyelenggaraan *event* mempengaruhi atmosfer suasana pertunjukan untuk mempengaruhi emosi penonton. Sehingga menurut peneliti apa yang dilakukan oleh panitia dalam menentukan tempat sudah tepat dengan memilih Lippo mall sebagai lokasi penyelenggaraan dilihat dari akses yang mudah dijangkau karena berada di Pusat Kota Yogyakarta. Hanya saja penyelenggaraan di Mall tentu memiliki tantangan mengingat di dalam suatu mall terdiri dari berbagai macam outlet yang memiliki pengunjung masing-masing.

Lamanya penyelenggaraan *Event JSM 3* berpengaruh dengan anggaran biaya yang harus disiapkan panitia. Dalam menyusun anggaran biaya *event*, diperlukan ketelitian terhadap komponen yang masuk dalam anggaran. Hal yang harus diperhatikan dalam Rancangan Anggaran Biaya (RAB) menurut Wibowo (2013:114) penyusunan RAB menjadi bagian yang sangat signifikan, apabila terjadi kesalahan dalam penyusunan anggaran bisa berakibat fatal. Untuk mengetahui besarnya biaya yang diperlukan, RAB juga dapat digunakan sebagai patokan dalam mengontrol kas yang keluar untuk pembiayaan *Event JSM 3*.

Berdasarkan data yang ditemukan, diperoleh gambaran bahwa pihak penyelenggara setelah membuat program untuk JSM 3 tahun 2018, setiap koordinator program diberikan tugas untuk menentukan anggaran sesuai kebutuhan dari divisinya. Setelah membuat anggaran biaya, panitia setiap divisi memberikan laporan biaya ke manager keuangan lalu diadakan rapat untuk persetujuan biaya yang harus dikeluarkan. JSM 3 menggunakan *Sponsorship* untuk dana penyelenggaraan *event*. Pada praktiknya dalam menentukan rancangan anggaran biaya menggunakan perkiraan dana dari bawah-atas (*Bottom Up*).

Rancangan anggaran biaya pihak penyelenggara *event* JSM 3 cukup baik, karena mereka menggunakan sponsor untuk meringankan biaya. Sponsor diperlukan untuk *event* yang berskala Nasional, karena dana yang mereka butuhkan untuk *event* selama tiga hari sangat besar. Hal tersebut sesuai dengan teori Wibowo (2013:175) sponsor merupakan instansi yang turut membantu dan memperlancar kegiatan dengan bentuk yang bisa dikonversi dalam bentuk uang. Keberadaan sponsor menjadi penting karena tidak semua kebutuhan kegiatan dapat diupayakan sendiri dengan adanya sponsor akan menjadikan kekuatan utama dalam pelaksanaan *event*.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi berkaitan dengan teori perencanaan JSM 3 dapat dinyatakan pihak penyelenggara telah memiliki perencanaan sesuai dengan teori untuk memenuhi syarat menyelenggarakan *event*, karena

beberapa dari perencanaan sesuai dengan teori. Sesuai dengan teori Cangara (2013:22) yang menjelaskan perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang efektif dan efisien, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk tahapan-tahapan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Perencanaan tersebut selanjutnya dapat mendukung keberhasilan dari *event*. Keberhasilan penyelenggaraan *Event JSM 3* akan memberikan keuntungan bagi pihak penyelenggara dan tentu saja dapat mendorong para penonton untuk terus menyaksikan *event* setiap kali diselenggarakan.

2. Mengorganisir sumber daya dalam penyelenggaraan event

Sebelum pelaksanaan *Event*, komunitas atau perusahaan membentuk panitia penyelenggara dan pembagian *Job Desk*. Dalam penyelenggaraan *Event* akan membutuhkan banyak sumber daya manusia (SDM) untuk mempermudah penyelenggaraan. Pembagian *Job Desk* bertujuan untuk membantu serta mempermudah saat pelaksanaan. Tim dikelompokkan menjadi beberapa bagian divisi dan setiap divisi memiliki koordinator atau kepala divisi. Para kepala divisi memiliki kepemimpinannya dalam mengorganisasi bawahannya, begitu juga dengan bawahannya memiliki kepemimpinannya bagi diri sendiri dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan. Dalam memberikan kemudahan pembuatan tim pelaksana, dibuatlah struktur organisasi yang sifatnya

temporal sesuai dengan jenis *event* yang dilakukan. Selain itu dalam pembentukan panitia diperlukan koordinasi dengan panitia lain.

Koordinasi yang baik menurut Noor (2013:104) bahwa dalam merencanakan *event* memiliki banyak keuntungan, termasuk didalamnya koordinasi yang baik antara anggota panitia tetap berfokus pada ide yang ditampilkan, berfikir kedepan sebagai alat kontrol yang efektif untuk kemajuan pelaksanaan *event*. Koornidasi yang baik dengan melakukan rapat rutin sebelum diselenggarakan *event* JSM 3 dan koordinasi antara panitia saat pelaksanaan *event* dengan saling memberikan informasi dari situasi yang terjadi.

Berdasarkan hasil dari wawancara, untuk membentuk tim atau panitia yang solid dan loyal pada JSM 3, dibutuhkan kesamaan visi dan misi serta saling memahami antara panitia, menghilangkan egois, sehingga jika terjadi masalah dapat segera diselesaikan dan tidak merambat menjadi masalah yang besar yang berdampak buruk pada *event* yang akan diselenggarakan. Sedangkan menurut Goldblatt (2010:38) koordinasi *Special Event* memerlukan keahlian agar menjadi acara yang sukses dan kemudian dapat mengangkat citra perusahaan, oleh karena itu koordinasi yang baik perlu dilakukan kepada seluruh pihak yang terlibat pada *event* agar semua dapat saling bekerjasama dan berjalan sesuai tujuan bersama.

Dalam hal pembentukan panitia untuk *event* JSM 3 penyelenggara telah melakukan hal tersebut sesuai dengan teori yang berkaitan. Dalam hal pembentukan panitia dan kepemimpinan JSM 3 membentuk struktur

organisasi yang terdiri dari koordinator setiap program acara, *Staff* dibawahnya dan memberikan peluang masyarakat untuk dapat berpartisipasi menjadi panitia dengan *Oprec Volunteer*. Menurut Wibowo (2013:68) suksesnya sebuah *Event* tidak lepas dari kerja keras dari beberapa orang kreatif yang tergabung dalam sebuah tim atau panitia. Bisa mengemas acara dengan menarik, sehingga penonton yang datang untuk menyaksikan *event* dapat menikmati.

3. Pelaksanaan penyelenggaraan event

Setelah semua perencanaan dilalui dari perencanaan *event*, pembentukan panitia, maka tahap selanjutnya adalah menuangkan rencana kedalam pelaksanaan *event*. Pada tahap ini semua anggota panitia terlibat dalam proses pelaksanaan akan memberikan hasil dari perencanaan yang telah disusun. Sebelum *event* diselenggarakan, pihak penyelenggara terlebih dahulu melakukan gladi bersih atau pengecekan terhadap beberapa komponen. Pengecekan dilakukan pada persiapan teknis yaitu *Lighting*, *Microphone*, *Venue* dan faktor pendukung lainnya. Selanjutnya pengecekan pada narasumber atau pembicara yang akan tampil.

Pentingnya melakukan pengecekan kembali sebelum dimulainya *event*, apabila terjadi sesuatu hal diluar dugaan panita penyelenggara dapat langsung membuat solusi untuk segera diselesaikan. Saat penyelenggaraan kekompakan antara panitia harus tetap terjaga. Pudjiastuti (2010:88) menyatakan bahwa gladi bersih adalah kegiatan yang mencoba dan mengecek apakah setiap komponen kegiatan telah siap. Melakukan gladi

bersih merupakan langkah yang penting sebelum pelaksanaan untuk mengurangi kendala-kendala saat pelaksanaan.

Menurut Ruslan (2007:231) dengan menyelenggarakan acara atau festival kegiatan khusus merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian dari masyarakat terhadap produk, komunitas atau perusahaan tertentu yang akan ditampilkan melalui aktivitas *Special Event* itu sendiri. Setelah melakukan kegiatan operasional pengecekan dan lain-lain, selanjutnya pihak penyelenggara *event* JSM 3 melakukan kontrol terhadap pelaksanaan *event*. Kontrol atau pengawasan merupakan hal yang penting dalam rangkaian pelaksanaan. Pengawasan dapat dilakukan oleh orang-orang dalam kepanitian yang bertanggung jawab di bidang masing-masing sesuai dengan *Job Desk* yang ditentukan. Selaras dengan Noor (2013:196) salah satu bagian penting dalam penyelenggaraan *event* yang sukses adalah adanya resiko yang dapat dikelola dengan baik.

Pada *Event* JSM 3 tahun 2018, panitia penyelenggara telah melakukan pelaksanaan dengan baik dan dapat mengantasi kendala-kendala atau masalah yang terjadi pada saat pelaksanaan Noor (2013:200). Mengungkapkan bahwa tahapan dalam identifikasi resiko yang terjadi dalam *event* adalah dengan melakukan identifikasi, pengecekan, penetapan, kontrol, pendataan dan evaluasi. Menurut analisis peneliti menemukan bahwa koordinasi antara panitia dan narasumber sudah cukup baik. Pelaksanaan sudah sesuai dengan *rundown* acara yang telah direncanakan, Seperti yang dikatakan oleh Noor (2009:196) salah satu 100

bagian penting dalam penyelenggaraan event yang sukses adalah adanya resiko yang dapat dikelola dengan baik.

4. Kegiatan Evaluasi event

Setelah proses pelaksanaan *event* JSM 3 dilaksanakan, tahap selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi merupakan bagian dari manajemen *event* dengan menilai sebaik apa *event* tersebut diselenggarakan dan dikritik untuk *event* tersebut. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui hasil dari proses pelaksanaan yang telah dilakukan dari proses perencanaan hingga proses pelaksanaan. Masing-masing panitia menyampaikan keluhan, kegelisahan, kepuasan dan saran selama menjalani proses perencanaan dan pelaksanaan *event*.

Selain itu evaluasi merupakan bagian dari sistem manajemen *event* dimana pada tahapan ini para penyelenggara dapat mengetahui sukses atau tidaknya *event* dan solusi untuk pelaksanaan untuk *event* tahun selanjutnya. Menurut Allen (2002:492) penilaian terhadap efektifitas program, implementasi perencanaan, sampai tercapai atau tidaknya tujuan dari *event* dapat ditentukan dari penilaian hasil dari evaluasi. Evaluasi terdiri dari *Pre-Event Evaluation*, *The Monitoring And Control Process* dan *Post Event Evaluation*.

Pre-Event Evaluation merupakan evaluasi yang dilakukan untuk analisis kelayakan yang berlangsung sebelum *event*. Menurut hasil dari penelitian, pihak penyelenggara *event* sudah melakukan perencanaan dengan baik dari konsep atau tema, anggaran, strategi dan lain-lain. Rapat

dilakukan sebelum memberikan keputusan dalam perencanaan dan persetujuan antara panitia diperlukan. Evaluasi selanjutnya yaitu *The Monitoring And Control Process*, hal ini dilakukan selama masa implementasi kegiatan *event* yang bertujuan untuk memastikan kesesuaian antara perencanaan dengan pelaksanaan.

Dari hasil penelitian, pihak penyelenggara khususnya manager festival selaku penanggung jawab dari *event* JSM sudah melakukan pemantauan dan pengawasan selama berjalannya *event*. Semua terlihat sibuk dengan tugasnya masing-masing serta memantau dan mengecek sesuatu yang kurang dan masih belum terlaksana. Selanjutnya adalah *Post Event Evaluation*, merupakan evaluasi yang bertujuan untuk menilai dan mengukur hasil akhir dari pelaksanaan *event* dan bagaimana mengembangkan *event*. Hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa evaluasi setelah *event* JSM 3 dengan mengukur keberhasilan, melakukan rapat evaluasi setelah *event* dan pembubaran panitia.

Panitia dalam menentukan indikator keberhasilan *event* JSM 3 memiliki perbedaan dalam penilaian dari setiap anggota manager, ada yang mengukur dari apresiasi penonton yaitu jumlah penonton yang datang, semakin banyak penonton yang datang semakin sukses pertunjukan, ada manager yang menilai dari terlaksananya semua program sesuai yang telah direncanakan dan tidak ada kendala saat *event* diselenggarakan.

Keberhasilan *Event* juga ditentukan adanya umpan balik dari penonton yang menyaksikan. Sesuai dengan penjelasan Cangara (2013:56)

proses dari penyebaran informasi tidak boleh berlangsung hanya satu arah, tapi diharapkan bisa menumbuhkan partisipasi dalam bentuk umpan balik dari masyarakat. Evaluasi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara *event* JSM 3 bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari rangkaian acara yang telah dilakukan. Selain itu tanggapan dan penilaian dari penonton yang hadir tentang pelaksanaan *event* JSM 3 tahun 2018. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Allen (2002:492).

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, evaluasi dari *event* JSM 3 pada tahun 2018 yang diselenggarakan melakukan evaluasi dengan terstruktur yaitu melakukan evaluasi setiap divisi dan memberikan saran atau masukan untuk setiap divisi. Setelah itu membubarkan panitia *event* JSM 3. Setelah melakukan evaluasi terhadap perencanaan dan pelaksanaan *event*, pihak penyelenggara *event* JSM 3 tahun 2018 setiap divisi membuat laporan pertanggung jawaban dan akan dibahas saat rapat evaluasi.