BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab tiga ini peneliti menyajikan data dan analisis data tentang manajemen *event* Jogja Public Relations Days pada Tahun 2017. Jogja Public Relations Days (JPRD) merupakan *event* tahunan yang diselenggarakan organisasi Perhumas Muda Yogyakarta. Perhumas Muda Yogyakarta merupakan sebuah organisasi yang mewadahi mahasiswa-mahasiswi *Public Relations* dari berbagai universitas yang ada di Yogyakarta dalam mengasah dan membangun kompentensi.

Pengumpulan data valid terkait manajemen *event* Jogja Public Relations Days pada Tahun 2017, peneliti melakukan wawancara dengan perwakilan dari pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan manajemenen *event* yang dilakukan JPRD. Selain itu peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen dan gambar yang berhubungan dengan JPRD 2017 untuk mendapatkan data sesuai yang diperlukan oleh peneliti.

A. SAJIAN DATA

Proses kegiatan manajemen *event* yang dilakukan oleh panitia penyelenggara JPRD melalui tahapan perencanaan sebelum pelaksanaan, kegiatan perencanaan dilanjutkan dengan kegiatan pelaksanaan dan terakhir adalah kegiatan evaluasi. Kegiatan perencanaan yang dilakukan oleh panitia penyelenggara JPRD yaitu dengan membentuk divisi panitia penyelenggaran, lalu dilanjutkan dengan proses *research* dari setiap divisi

terkait tugas dan fungsi dari masing-masing divisi. Lebih lengkapnya hasil temuan data peneliti sajikan dalam sajian data berikut ini:

1. Proses Perencanaan *event* JPRD 2017

a. Membentuk struktur panitia penyelenggara JPRD 2017

Tahap awal yang dilakukan dalam perencanaan *event* Jogja Public Relations Days (JPRD) pada Tahun 2017 adalah pembuatan struktur panitia penyelenggara. Seperti yang diungkapkan saudara Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta sebagai berikut:

> " awal dalam perencanaan yang kita lakukan itu adalah pembentukan struktur panitia pelaksana *event* dulu. Jadi harapannya bisa bekerja secara optimal berdasarkan kebutuhan jadi kita bisa kelola setiap anggota dari PMY untuk terlibat aktif dalam penyelenggaraan *event* ini" (Sumber wawancara dengan Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta pada 29 April 2018)

Hal senada juga diungkapkan oleh saudari Retno Widyastuti selaku ketua panitia penyelenggara JPRD 2017 sebagai berikut:

> Tahap awal dalam proses perencanaan kita membentuk struktur panitia dulu dibawah instruksi dari ketua perhumas muda kita mas dwiga. Kita membentuk itu untuk memudahkan kita dalam mengorganisir semua sumber daya yang kita punya" (Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas di ketahui bahwa para informan menjelaskan langkah awal dalam perencanaan penyelenggaran *event* JPRD 2017 adalah dengan membentuk struktur panitia penyelenggara. Hal tersebut dilakukan agar dapat mengorganisir setiap anggota dalam mempersiapkan acara ini hingga berjalan sukses sesuai dengan yang diharapkan. Dengan pengorganisiran yang baik Ketua Perhumas Muda Yogyakarta dalam hal ini Dwiga Satriawan meyakini akan mendapatkan hasil yang optimal. Lebih lanjut saudara Dwiga menjelaskan panitia dibentuk pada bulan desember 2017, seperti berikut ini:

> "kepanitiaan *event* kita bentuk sekitar akhir desember, ini sengaja kita buat jauh-jauh hari biar kita punya waktu dalam mempersiapkan acara ini sebaik mungkin tidak terburu-buru. Sehingga acara ini dapat menjadi sebuah acara yang berkualitas" (Sumber wawancara dengan Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta pada 29 April 2018)

Dari informasi di atas diketahui *event* penyusunan atau pembentukan kepanitiaan dilakukan tiga bulan sebelum penyelenggaraan dilaksanakan hal ini dikarenakan atas pertimbangan agar para panitia yang memiliki tanggung jawab atas tugas dan perannya dapat bekerja secara optimal dan diharapkan menghasilkan acara yang sukses dan berkualitas.

Dalam suatu *event* target dan tujuan *audience* merupakan bagian dari sebuah perencanaan dalam suatu event .

> “ya dengan cara berkontribusi nyata dalam pengembangan promosi pariwisata indonesia, bisa dibilang salah satu modal Indonesia lah, untuk dapat meningkatkan citra dan kualitas dari potensi pariwisata kita tidak hanya dimata penduduk local namun sampai ke mancanegara.
> untuk target audience kami menginginkan semua kalangan masyarakat bisa berpartisipasi dengan event ini, tpi fokus kami lebih ke pelajar/mahasiswa karna mreka lah yang akan menjadi bibit penerus dn untuk mempertahankan acara ini
> (Sumber wawancara dengan Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta pada 29 April 2018)

Menurut Infornan di atas menjelas kan bahwa target dan tujuan dalam perencanaan event jogja publik relation days . Sebuah *event*harus membuat pernyataan yang menggambarkan sasaran untuk jangka panjang dari *event*. Hal tersebut bertujuan untuk membantu memusatkan dan mengarahkan kegiatan-kegiatan penyelenggaraan.

b. Riset Konsep Acara Penyelenggaraan JPRD 2017

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

Penentuan tema merupakan peran dan tanggung jawab dari divisi acara dalam hal ini diketuai oleh Seva Gliskahal ini diungkapkan oleh Retno Widyastuti sebagai berikut:

> “jadi dalam kegiatan riset konsep acara itu merupakan peran dan tanggung jawab dari divisi acara, dalam hal ini penyusunan atau kegiatan riset dilakukan setelah struktur kepanitiaan resmi dibentuk” (Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018)

Hal senada juga diungkapkan oleh ketua divisi acara saudari Seva Gliskasebagai berikut:

> “Dalam penyusunan acara itu tanggung jawabnya ada di divisi kita. Jadi setelah kepanitiaan dibentuk kita langsung kerja. Dalam riset kita melakukannya dengan tracking media Saya bersama tim mencari topik-topik yang menarik untuk diangkat yang menjadi perhatian banyak pihak baik dari pemerintah maupun masyarakat luas” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas kegiatan pencarian tema dilakukan sesaat setelah kepanitiaan dibentuk. Saudari Seva selaku ketua panitia bersama timnya melakukan riset dengan mencari topik yang sedang menjadi perhatian banyak pihak melalui tracking media internet baik dari sosial media maupun pemberitaan dari media online. Lebih lanjut Seva selaku ketua divisi acara menjelaskan sebagai berikut:

> “waktu itu kita kliping dari media sosial dan pemberitaan dari 3 bulan terakhir yang beredar antara pariwisata dan industri kreatif. Jadi sebagai pembeda kita lebih milih untuk mengangkat pariwisata sebagai tema penyelenggaraan dalam kegiatan *event* JPRD 2017” (Sumber wawancara

> dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa penentuan tema dilakukan melalui riset dari sosial media, media massa *(online)* dan tema dari *event-event* yang diselenggarakan sebelumnya. Pada waktu perencanaan ada dua pertimbangan melihat trend yang berkembang di masyarakat yaitu tentang pariwisata dan industri kreatif. Hanya saja karena sudah banyak *event* yang mengangkat tema industri kreatif ketua divisi memutuskan untuk memilih pariwisata sebagai tema agar dapat berbeda dengan tema yang diselenggarakan pada *event-event* sebelumnya. Lebih lanjut Seva Gliskamenjelaskan sebagai berikut:

> "ketemu tema utama nya itu adalah pariwisata lalu kita sama teman-teman lainnya berdiskusi untuk menspesifikkan tema dari hasil diskusi bersama ketemu tema Discovering The Hidden Jewels of Indonesia" ini nanti akan dibahas bagaimana membangun atau mempromosikan potensi wisata dari seluruh nusantara" (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa tema pariwisata yang dipilih kemudian di diskusikan lagi untuk mendapatkan tema yang lebih spesifik. Pada penyelenggaraan JPRS 2017 tema yang dilpilih adalah "Discovering The Hidden Jewels of Indonesia" tema ini dipilih dengan harapan melalui

acara ini potensi wisata dari penjuru nusantara indonesia baik dari aspek bentang alam, sosial, budaya, dan aspek lain dapat dieksplorasi ke dalam bentuk program kehumasan. Sehingga, program tersebut dapat membantu bagaimana inovasi pengkomunikasian potensi wisata suatu daerah, serta meningkatkan citra daerah tersebut melalui program kehumasan.

2) Tempat Penyelenggaran

Setelah tema disepakati langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menentukan tempat penyelenggaraan. Tempat penyelenggaraan harus memiliki kesesuaian dengan tema yang ditentukan. Seperti yang diungkapka saudari Seva sebagai berikut:

> "untuk tempat kita milih di benteng Vredeburg dan candi prambanan,semua di setujui oleh dinas pariwisata untuk penggunaan tempat. Hal ini dikarenakan sesuai dengan topik kita dan dari diskusi berasama divisi acara untuk pengurusannya lebih mudah karena orang-orang dari dinas bakal support kegiatan – kegiatan positif" (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas dijelaskan bahwa tempat penyelenggaraan dipilih suatu tempat yang menggambarkan tentang tema itu sendiri. Dimana benteng vrederburg dan Candi Prambanan merupakan salah satu destinasi wisata yang

ternama di Kota Yogyakarta. sehingga nilai dari acara ini semakin kuat.

c. Merencanakan Rangkaian Acara JPRD 2017

Proses selanjutnya dalam perancanaan setelah menentukan tema dan tempat divisi acara mulai merumuskan rangkaian acara. Seperti yang dijelaskan oleh Seva Gliskasebagai berikut:

> "selanjutnya ya kita ngerumusin acara, kegiatan mau apa aja. Pembicaranya siapa, susunannya bagaimana diselenggarakan kapan. Tapi waktu itu kita acara utama tetap sama aja sih ama tahun tahun sebelumnya acara inti itu cuma ada empat mas, seminar, workshop, PR league, sama awarding. Jadi saya cuma fokus pada perumusan topik, pembicara dan waktunya saja (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa setelah kegiatan penetapan tema disepakati oleh ketua panitia maka divisi acara selanjutnya merumuskan kegiatan dari setiap acara. Hal ini dikarenakan kegiatan utama dari setiap program masih menggunakan format *event* tahun sebelumnya sehingga divisi acara fokus pada detail dari masing-masing acara. Seperti penentuan narasumber, bintang, tamu dan lain sebagainya. Lebih lanjut akan disajikan sebagai berikut:

1) Seminar & Talk show PR tourism pada JPRD 2017

Seminar merupakan program pertama sekaligus sebagai pembuka acara. Dalam merumuskan program seminar proses

dimulai dengan melakukan pemetaan dari narasumber. Seperti yang di ungkapkan saudari Seva Gliskasebagai berikut:

> “beberapa narasumber yang dapat menjadi pengisi sesuai dengan topik tapi masih dalam bidang PR baik itu praktisi maupun akademisi. Kita sengaja mencari narasumber yang berasal dari berbagai kalangan” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas saudari Seva menjelaskan bahwa kegiatan penyusunan seminar dimulai dari menentukan pengisi acara terlebih dahulu. Dalam hal ini pembicara dicari dari berbagai kalangan baik dari akademisi maupun dari praktisi. Hal ini dilakukan guna untuk menghasilkan berbagai perspektif dalam kegiatan seminar yang akan diselenggarakan sehingga menjadi menarik. Dalam seminar tersebut topik yang diangkat merupakan Ecotourist: Small Think, hal ini dikarenakan pariwisata merupakan hal yang sangan penting, khusunya untuk mengangkat potensi suatu daerah. Namu sayangnya, banyak pihak-pihak eksternal yang terlibat dalam sektor pariwisata yang secara tidak langsung telah mematikan potensi wisata daerah itu sendiri, seperti misalnya keberadaan maal dan supermarket.

2) Workshop Public Relations JPRD 2017

Setelah menyusun rangkaian program seminar selanjutnya divisi acara menyusun detail program workshop. Workshop

menjadi program utama karena dari sini para peserta ditawarkan akan belajar langsung bagaimana membuat sebuah program PR bersama para expertnya baik dari akademisi maupun praktisi. Seperti yang dijelaskan oleh Seva Gliskasebagai berikut:

> "kita terus ke workshop, workshop sih perencanaan gak begitu banyak karena format dari tahun sebelumnya juga sudah jelas. Untuk efektivitas waktu misalnya kita melakukan pembuatan kelompok. Satu kelompok berisi dari 6 sampe 10 orang peserta. Terus nanti nya akan di review masing-masing proposal mereka oleh para narasumber yang mengisi acara seminar yang notabenenya mereka adalah praktisi dan akademisi" (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas di ketahui bahwa dalam penyusunan konsep acara workshop masih menggunakan konsep kegiatan tahun sebelumnya hal ini dikarenakan kegiatan tahun sebelumnya sudah berjalan dengan efektif dalam sesi workshop dilihat dari penggunaan waktu dan kenyamanan para peserta seminar. Workshop dikemas dalam bentuk penyampaian materi serta praktis berkaitan dengan tema jogja public relations Days 2017 dan materi tersebut akan diberikan oleh beberapa pembicara. Kemudian, setelah sesi materi akan dilanjutkan dengan sesi focus group discussion

(FGD) dan ditutup dengan mini talkshow dari beberapa narasumber.

3) Kompetisi

Program ketiga dalam rangkaian *event* JPRD adalah PR league. Ini merupakan acara inti dari penyelenggaran *event* JPRD setiap tahunnya. Berikut dijelaskan oleh informan Seva Gliskaterkait perencanaan program kompetisi:

> "kompetisi kita buat dua tahapan pertama administrasi dengan melakukan pendaftaran besarta esai terkait topik seminar. Yang kedua adalah kompetisi langsung dari finalis yang terpilih"(Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).

Berdasarkan informasi diatas diketahui bahwa dalam kegiatan atau program kompetisi dilakukan melalui dua tahapan, langkah pertama yaitu proses pendaftaran. Dalam proses pendaftaran para peserta juga mengirimkan esay, penilaian dilakukan melalui essay. Essay yang terpilih akan masuk ke tahap selanjutnya, yaitu kompetisi secara langsung dalam waktu yang bersamaan.

4) Awarding

Program terakhir yang direncanakan adalah kegiatan awarding. Awarding merupakan pemberian hadiah kepada

para pemenang. Seperti yang diungkapkan saudara seva sebagai berikut:

> Terakhir ya awarding, pemberian hadiah. Dalam hal ini kita merencanakan susunan acaranya. Dimana dalam penyusunan itu kita buat ada makan malem bareng juri serta narasumber pembicara para seminar. Lalu ada akustikan untuk menemani kegiatan acara ini. untuk meramaikan acara awarding ini" (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa kegiatan awarding merupakan kegiatan pemberian hadiah kepada para pemenang dalam pemberian hadiah juga di isi dengan kegiatan makan malam dengan para juri serta narasumber dalam acara seminar. Selain itu untuk menambah kemeriahan acara dalam kegiatan ini juga diisi oleh akustik sebagai hiburan.

d. Perancangan kegiatan Promosi

Selain persiapan penyusunan acara divisi media partner dan publikasi juga melakukan perencanaan promosi untuk mendukung kesuksesan acara *event* JPRD 2017. Seperti yang diungkapkan saudara Vina Anggraini sebagai berikut:

> "promosinya kita buat dua, sosial media dan roadshow ke kampus-kampus yang ada jurusan Prnya seperti Atma, UMY, UAD, dan lain sebagainya. Terus media sosial kita sebagai media utama dalam penyeberan informasi nya ini ya karena fleksibilitas dan up to date dalam memperbaharui informasi" (Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).

Berdasarkan informasi diatas diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh JPRD melalui Roadshow dan sosial media. Roadshow dilakukan untuk menjangkau secara langsung audiens yang berada dalam kota Yogyakarta, sedangkan sosial media dipilih menjadi media utama dalam kegiatan promosi dikarenakan kemudahan dalam menyebarkan informasi dan sesuai dengan profil mahasiswa yang melek internet.

e. Membuat Anggaran biaya penyelenggaraan *event* JPRD

Selanjutnya dalam kegiatan perencanaan adalah membuat anggaran biaya. Anggaran biaya merupakan suatu hal yang penting dalam penyelenggaran suatu *event*. Seperti yang diungkapkan oleh Retno Widyastuti selaku ketua panitia JPRD 2017 sebagai berikut:

> Untuk anggara kita minta ketua masing-masing divisi terlebih dahulu untuk merumuskan kebutuhan masing-masing divisi beserta anggarannya dari awal"(Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018)

Gambar 3.1 Anggaran *event* JPRD 2017

JENIS	JUMLAH
Talkshow	Rp 5.645.000
Workshop	Rp 3.880.000
PR League	Rp 7.790.000
Awarding Night	Rp 6.680.000
Media dan Publikasi	Rp 895.000
TOTAL	**Rp 24.890.000**

Sumber: Arsip dan dokumentasi PMY 2017

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa dalam kegiatan menyusun anggaran penyelenggaraan *event* pada mulanya ketua panitia meminta untuk merumuskan anggaran yang dibutuhkan dari setiap divisi. Setelah semua merumuskan anggaran kebutuhan tersebut lalu akan dibahas bersama-sama untuk melihat efektivitas penggunaan anggaran. Hal ini dilakukan untuk menghindari penggunaan anggaran yang berlebihan dalam menyelenggarakan *event*.

f. Mapping Sponshorship

Langkah terakhir dalam kegiatan perencanaan adalah melakukan pemetaan terhadap sponsor yang ingin dituju. Hal ini penting untuk mencari sponsor yang relevan agar tingkat suport diharapkan sesuai dengan anggaran yang dibutuhkan dalam

penyelenggaraan *event*. Seperti yang dijelaskan Vina Anggraini selaku ketua divisi media partner dan publikasi yang juga bertugas dalam mencari sponsor sebagai berikut:

> "bertanggung jawab dalam mencari sponsor. Sebelum mencari sponsor kita mapping dulu perusahaan mana yang sesuai dengan tema, sehingga kemungkinan perusahaan akan support *event* kita itu besar. Selain itu kita juga *mapping* berdasarkan relasi kita" (Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa dalam kegiatan perencanaan terakhir yaitu memetakan sponsorship terkait penyelenggaraan *event* JPRD 2017. Pemetaan sponsorship dilakukan untuk mencari sponsor potensial yang akan mendukung acara ini baik dalam bentuk *fresh money*, item yang dibutuhkan, maupun publikasi.

2. Pelaksanaan Kegiatan *event* JPRD 2017

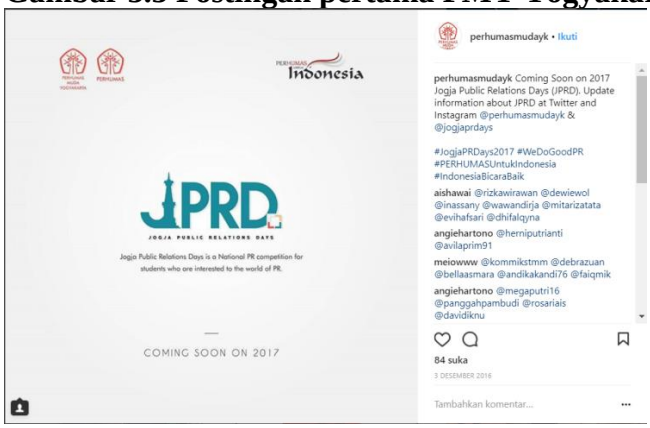
Tahapan selanjutnya dalam manajemen *event* JPRD 2017 yang dilakukan Perhumas Muda Yoyakarta (PMY) adalah pelaksanaan *event.* Dalam pelaksanaan *event* proses-proses yang dilalui antara lain; kegiatan promosi *event*, pencarian sponsor *event*, pencarian pembicara, dan yang terakhir adalah penyelenggaraan JPRD 2017. Berikut lebih jelas peneliti sajikan temuan data dilapangan:

a. Kegiatan Promosi *event*

Kegiatan promosi *event* dilakukan pada saat bulan desember dimana hal ini bearti 3 bulan sebelum *event* diselenggarakan. Seperti yang diungkapkan Vina Anggraini selaku ketua divisi Media Partner 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" (Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).

Gambar 3.3 Postingan pertama PMY Yogyakarta



(Sumber: https://www.instagram.com/perhumasmudayk/?hl=id diakses pada tanggal 2 April 2018 pada pukul 18.21 WIB)

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 dari mahasiswa Public Relations dari berbagai universitas yang ada di Indonesia mengetahui adanya *event* tersebut. lebih lanjut Vina menjelaskan sebagai berikut:

> “Instagram, Facebook dan twitter merupakan media utama dalam kegiatan promosi. Dalam aktivitas nya kita juga kerja sama dengan akun-akun sosial media dari berbagai universitas untuk melakukan repost atau menyebarkan postingan kita (Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).

Berdasarkan wawancara tersebut dijelaskan dalam kegiatan promosi yang dilakukan panitia penyelanggara JPRD 2017 menggunakan sosial media sebagai media utama dalam menyebarkan informasi. Hal ini dilakukan karena sosial media dianggap sebagai media alternatif pada saat ini dalam mencari informasi. Selain itu untuk menjangkau publik yang lebih luas informan menjelaskan meminta kepada akun-akun sosial media dari berbagai univirsitas yang mereka kenal untuk melakukan re-post terhadap postingan JPRD.

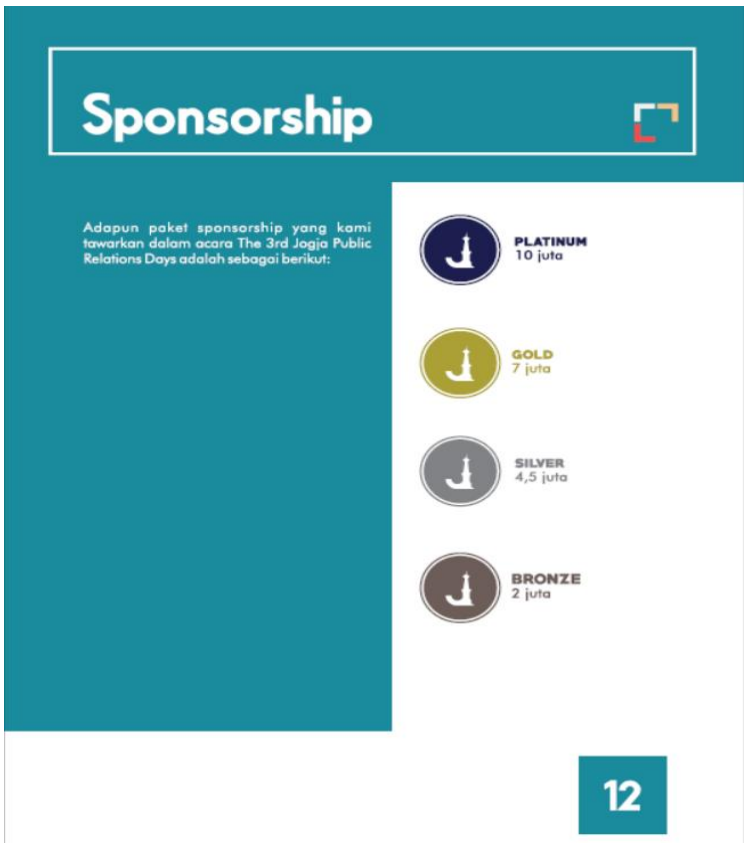
b. Pencarian Sponsor *event*

Saat kegiatan promosi dilakukan dengan waktu bersamaan divisi media partner juga melakukan pencarian sponsor yang dimana hal tersebut juga merupakan peran dari divisi tersebut. seperti yang diungkapkan saudari Vina Anggraini sebagai berikut:

> “kegiatan promosi kan gak setiap waktu ya mas, jadi disela sela waktu yang kita punya kita juga melakukan pengiriman proposal kita ke perusahaan-perusahaan dan instansi-instansi yang sudah kita

petakan tadi. Jadi biar efektiv penggunaan waktunya"(Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).

Gambar 3.4 Paket Sponsorship JPRD 2017



Sumber: Arsip dan dokumentasi PMY 2017

Gambar 3.5 Kontraprestasi untuk Sponsorship

Sumber: Arsip dan dokumentasi JPRD 2017

Berdasarkan informasi di atas dijelaskan bahwa dalam pencarian sponsor dilakukan di sela-sela waktu kegiatan promosi juga dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menggunakan waktu secara efektiv, semakin cepat sponsor disebarkan semakin baik dalam penyelenggaraan *event* JPRD 2017. Ada beberapa hal yang ditawarkan dalam proposal JPRD seperti space publikasi, penempatan publikasi di titik utama kegiatan *event*, dan lain sebagainya.

c. Pelaksanaan *Event*

Hal terkakhir dalam proses pelaksanaan yaitu adalah pelaksanaan *event* JPRD. Pelaksanaan *event* JPRD dimulai dengan rangkaian acara kegiatan seminar talkshow, dan dilanjuti dengan workshop serta hari terakhir pelaksanaan kompetisi yang disebut dengan PR League dan dilanjutkan dengan Awarding Night pada malam hari. Berikut peneliti paparkan hasil penemuan data dilapangan:

event seminar/talkshow

seminar atau talkshow merupakan program pertama yang diselenggarakan. Kegiatan ini sekaligus sebagai opening dalam pelaksanaan *event* JPRD 2017. Seperti yang diungkapkan saudari Retno Widyastuti selaku ketua Panitia sebagai berikut:

> " ya dari dulu acara pembukaan kita itu selalu di awali seminar mas, ini kita lakukan ya seperti yang saya bilang sebelumnya dalam kegiatan ini kan nanti berguna untuk menambah wawasan baik peserta seminar maupun peserta finalis kompetisi" (Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018)

Hal senada juga diungkapak oleh saudari Siva Alisha selaku ketua divisi acara menjelaskan sebagai berikut:

> "seminar atau talkshow merupakan acara pembuka karena tujuan kita kan dalam pengadaan ini juga untuk edukasi ya, nah dari pemateri pemateri yang dihadirkan diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan terhadap pariwisata dalam perspektif kehumasan" (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Gambar 3.5 Pemateri Talkshow JPRD 2017

Sumber: Arsip dan Dokumentasi JPRD 2017

Berdasarkan informasi di atas dijelaskan bahwa pelaksanaan seminar merupakan rangkaian kegiatan awal yang diselenggarakan dalam kegiatan JPRD 2017. Hal ini juga ditujukan untuk pemberian materi dan wawasan seputar pariwisata dari persepktif kehumasan. Diharapkan dengan kegiatan ini para peserta mendapatkan tambahan wawasan khususnya bagi para peserta kompetisi agar memiliki referensi yang lebih luas lagi.

Gambar 3.7 Kemeriahan acara talkshow JPRD 2017

Sumber: Arsip dan dokumentasi JPRD 2017

Workshop

Rangkaian acara kedua yang diselenggarakan yaitu adalah pelaksanaan workshop dari JPRD 2017. Berikut kutipan wawancara dari saudari Seva Gliskaselaku ketua divisi acara:

> "kegiatan berjalan sesuai yang direncanakan tidak ada perubahan pada saat hari pelaksanaan *event*. Setelah seminar kita lanjut workshop dan semuanya berjalan lancar seperti yang direncanakan" (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Gambar 3.7 kegiatan Workshop JPRD 2017

Sumber: Arsip dan Dokumentasi JPRD 2017

Berdasarkan informasi diatas disebutkan bahwa kegiatan selanjutnya sesuai dengan apa yang direncanakan dan berjalan lancar. Kegiatan workshop menjadi kegiatan selanjutnya setelah pelaksanaan talkshow. Dalam penyelenggaraannya semua berjalan sesuai waktu yang telah direncanakan tanpa ada gangguan dan hambatan yang terjadi saat penyelenggaraan.

PR League

Kegiatan selanjutnya dalam penyelenggaraan *event* nasional JPRD 2017 adalah kompetisi league. Dalam hal ini yang menjadi juri di pilih dari berbagai latar belakang seperti Praktisi, Akademisi, dan dari kementrian pariwisata. Seperti yang diungkapkan saudari Seva Alesha sebagai berikut:

“ kompetisi league dari seleksi, dimana finalis nya itu merupakan 10 peserta yang lolos seleksi tahap awal. Dan mereka dilombakan lagi secara langsung dan dinilai dari juri yang memiliki berbagai latar belakang profesi. Sehingga diharapkan dapat menemukan hasil yang objektif” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Gambar 3.8 Juri PR League

Sumber: Arsip dan dokumentasi JPRD 2017

Berdasarkan informasi di atas diketahui bahwa dalam pelaksanaan kompetisi merupakan para finalis yang telah lolos seleksi tahap awal. Para finalis kembali berkompetisi untuk mencari pemenang juara 1, 2 dan juara 3. Dalam hal ini yang menjadi juri dipilih dari berbagai latar belakang, seperti Praktisi dari Konsultan PR ternama Ogilvy, lalu ada civitas akademisi dari London School Public Relation, dan dari Kementrian Pariwisata. Hal ini diharapkan dapat menjadi kredibilitas dimata para audiens dalam memberikan nilai yang objektif.

Awarding Night

Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan awarding night. Awarding night merupakan rangkaian acara terakhir dari pelaksanaan JPRD 2017 yang juga sebagai penutup acara ini. Berikut hasil wawancara peneliti dengan ketua divisi acara Seva Alesha:

> "terakhir pemberian hadiah kepada para pemenang dalam rangkaian acara kita juga mengemasnya dengan hiburan juga ada akustikan, dan kita selenggarain di prambanan untuk penutupannya. (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Gambar 3.9 pemberian Hadiah kepada para pemenang PR league

Sumber: Arsip dan Dokumentasi JPRD 2017

Berdasarkan informasi di atas dijelaskan kegiatan penutup dari penyelenggaraan *event* JPRD 2017 adalah pemberian hadiah kepada para pemenang nominasi. Dalam kegiatan ini selain acara pemberian hadiah juga diiringi oleh musik hiburan untuk

meramaikan suasana penyelenggaraan. Selain itu, kegiatan ini dilaksanakan di Prambanan.

3. Evaluasi *Event* JPRD 2017

Kegiatan terakhir dalam manajemen *event* yang dilakukan oleh PMY selaku panitia penyelenggaraan *event* JPRD 2017 adalah evaluasi. kegiatan evaluasi dilakukan H+7 setelah acara dilaksanakan, berikut hasil kutipan wawancara dari Retno Widyastuti selaku ketua panitia JPRD 2017:

> "evaluasi kita lakukan pas setelah seminggu acara selesai dilaksanakan hal ini dilakukan untuk memberikan waktu kepada teman - teman menyiapkan laporan pertanggung jawaban terhadap penggunaan anggaran dan pengembelian peralatan kalo ada alat yang statusnya sewa." (Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018)

Hal senada juga diungkapkan oleh saudara Dwiga Satriawan selaku ketua Perhumas Muda Yogyakarta sebagai berikut:

> "kegiatan evaluasi di akhir . Hanya saja kita ngelakukannya itu seminggu setelah acara, Kita kasih waktu dulu untuk istirahat. Selain itu juga mereka punya waktu untuk membuat laporan dengan tidak terburu-buru. Sehingga mereka bisa jernih dalam berfikir dari kegiatan yang telah dilakukan"(Sumber wawancara dengan Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta pada 29 April 2018)

Berdasarkan para 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 pasca penyelenggaraan *event*.

B. PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan melalui pengumpulan data dan akan melaporkan hasil dari observasi serta wawancara dengan beberapa pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan Jogja PR Days pada tahun 2017 untuk mendapatkan data yang valid dalam penyusunan penelitian dengan judul Manajemen *Event* Jogja Public Relations Days (JPRD) pada tahun 2017. Hal yang menarik dari penelitian ini adalah bagaimana *event*menjadi pilihan strategi untuk mewujudkan tujuan. *Event* diselenggarakan bukan hanya sekedar memberikan informasi kepada target sasaran, tetapi juga membujuk penonton agar berperilaku sesuai dengan strategi yang telah ditentukan penyelenggara dan mengajak penonton untuk memperoleh dukungan dalam mewujudkan tujuan dari *event*tersebut.

Event merupakan suatu kegiatan yang dirancang dengan tema tertentu untuk memperingati peristiwa seperti budaya, adat istiadat, agama dan tradisi. Selain itu *event* juga bertujuan untuk masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan para pemain dan panitia penyelenggara. Penyelenggaraan *event* JPRD sebagai langkah bagi Perhumas Muda untuk meningkatkan dan mengedukasi mahasiswa khususnya dalam dunia PR, selaras dengan pernyataan 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 (Morrisan, 2012: 105).

Selain untuk mengkomunikasikan pesan tertentu, *event*juga digunakan sebagai suatu cara untuk mewujudkan tujuan dari penyelenggara *event*. Pada penelitian ini peneliti akan memberikan gambaran dan membahas bagaimana proses dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan dalam pelaksanaan JPRD pada tahun 2017.

1. Perencanaan *Event*

Dalam sub bab ini peneliti akan menjelaskan langkah-langkah untuk melihat efektifitas dalam penyelenggaraan *event*Jogja Public Relations Days (JPRD). Hal tersebut bertujuan bagi peneliti untuk melihat sejauh mana tingkat efektifitas dan juga perencanaan dalam penyelenggaraan JPRD. Dalam 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*. Tujuan Perhumas Muda dalam menyelenggarakan *event* JPRD adalah untuk membuka ruang bagi masyarakat khususnya mahasiswa-mahasiswa dalam memahami ilmu tentang public relations. Hal tersebut selaras dengan yang dijelaskan Noor yaitu tujuan diselenggarakanya *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 JPRD telah sesuai dengan apa yang diutarakan Wibowo di atas hanya saja pada konteks penyelenggaraan JPRD 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.

JPRD merupakan *event* tahunan atau penyelenggaraanya dilaksanakan tiap tahun dengan mengangkat tema yang berbeda-beda. Pada penyelenggaraan tahun 2017 “Discovering The Hidden Jewels of Indonesia” sebagai tema JPRD pada tahun 2017. Tema ini dirumuskan berdasarkan riset yang dilakukan oleh Panitia penyelenggara terhadap suatu isu 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. Melalui riset kita dapat menemukan sebuah pertimbangan yang baik dalam merumuskan konsep acara dalam penyelenggaraan sebuah *event*. Seperti yang di jelaskan oleh Goldbatt bahwa Penelitian yang dilakukan dengan baik akan mengurangi resiko kegagalan dalam pelaksanaan Penelitian dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak sasaran. Jadi, mereka diharapkan untuk hadir dalam ajang khusus. Penelitian yang dilakukan harus dilakukan dengan teliti dan komprehensif (Goldbatt, 2014: 12). Ada banyak cara dalam melakukan riset baik dengan riset mengukur opini masyarakat atas sebuah *event* maupun dengan melakukan riset kompetitor. Pada penyelenggaraan JPRD 2017 panitia penyelenggara melakukan riset terhadap *event* kompetitor dengan mencari tahu rangkaian acara serta tema yang diusung. Panitia memilih tema berbeda dari kebanyakan *event* yang diselenggarakan agar *event* JPRD menjadi lebih "*fresh*" dibanding *event* lainnya.

Tema "Discovering The Hidden Jewels of Indonesia" dipilih dengan ide dasar bagaimana peran PR dalam dunia kepariwisataan yang ada di Indonesia. Panitia dalam menentukan tema untuk penyelenggaraan melalui riset, dimana proses riset memanfaat kan media internet untuk mencari issue yang sedang menjadi topik di masyarakat. Hanya saja, tema hendaknya dibuat dengan singkat dan jelas agar dapat dipahami oleh penonton dan mudah diingat. Hal seperti yang dijelaskan oleh 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 JPRD sudah menentukan nama dan tema dalam perencanaan *event*berdasarkan teori, seperti yang diungkapkan Suseno (2009:13) untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam suatu acara yang digelar, salah satu faktor yang terpenting adalah bagaimana acara itu tersusun seperti tema konsep acara. Hal ini juga yang menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam penyelenggaraan *event* JPRD 2017 mengingat perencanaan yang dilakukan secara ‘matang’ dari penentuan tema, perencanaan promosi, dan rangkaian acara yang akan diselenggarakan.

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 (Morissan, 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.

Berdasarkan teori diatas, panitia penyelenggara menggunakan pendekatan psikografis dalam melakukan pemetaan segmen dalam penyelenggaraan JPRD dalam menentukan target sasaran, karena target dari *event*tersebut adalah mahasiswa dari komunikasi khususnya yang tertarik dengan dunia public relations. *Event*JPRD diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan edukasi atau informasi kepada audiensya tentang peran seorang public relations ditengah industri pariwisata. Sesuai dengan teori Wibowo (2013:109) yang menyatakan dalam merencanakan *event*harus menentukan sasaran yang ingin dicapai. Sebuah *event*harus membuat pernyataan yang menggambarkan sasaran untuk jangka panjang dari *event*. Hal tersebut bertujuan untuk membantu 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.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti JPRD menggunakan beberapa strategi. Strategi pertama yaitu untuk para pengisi acara, dalam rangkaian acara yang ditawarkan upaya pertama yang dilakukan adalah menentukan para narasumber dari aktor public relations terkemuka di Indonesia. Strategi selanjutnya yaitu dalam hal publikasi, panitia penyelenggara JPRD menggunakan *social media* dan melakukan talk show kekampus yang ada di Yogyakarta untuk mempromosikan *event.* Dengan *update* informasi tentang *event*JPRD yang akan diselenggarakan dibulan Desember berupa informasi teks, pengisi acara, poster, waktu dan tanggal. *Event*JPRD menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan Website. Calon pengunjung dapat mendapatkan informasi dari beberapa media sosial yang dimiliki oleh JPRD. 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.

JPRD menggunakan beberapa strategi dalam hal pengisi acara dan strategi mempromosikan di media sosial. Hal tersebut terlihat dari penonton yang hadir merupakan anak muda yang menjadi target sasaran utama JPRD, karena generasi muda sudah mengikuti perkembangan teknologi dan kecenderungannya mencari informasi melalui internet. 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 JPRD dikenal diseluruh Indonesia. Sedangkan keuntungan yang didapatkan pengunjung saat menyaksikan *event*JPRD adalah mendapatkan pengalaman dan pemahaman baru tentang peran public relations.

Menurut Shone dan Parry (2004:64) untuk mendapatkan pilihan terbaik mengenai waktu dan tempat penyelenggaraan sebaiknya mencari informasi atau survey sebanyak mungkin tentang waktu yang tepat dan tempat yang strategis untuk penyelengaraan. Hal tersebut bertujuan untuk mengantisipasi masalah agar tidak bersamaan dengan *event*sejenis yang akan diselenggarakan di Yogyakarta. Sejak berdiri, *event*JPRD diselenggarakan ditempat yang berbeda-beda seperti Taman Budaya Yogyakarta, IFI LIP, Loop Station, Universitas, dan lain sebagainya. Tempat penyelenggaraan JPRD 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.

Untuk waktu penyelenggaraan, JPRD memilih bulan Maret sebagai waktu pelaksanaan. Hanya saja tanggal akan menyesuaikan dengan jadwal pembicara, tamu undangan serta ketersediaan dari bangunan itu sendiri. Festival manager orang yang memiliki tanggungjawab terkait penyewaan tempatmelihat atau melakukan survey selama tiga bulan untuk pemilihan tempat yang tepat untuk *event*JPRD. Berdasarkan dari hasil wawancara diperoleh gambaran bahwa pihak penyelenggara menentukan waktu penyelenggaraan setengah tahun sebelum *event*, karena para pembicara dan ketersediaan tempat yang beragam membutuhkan persiapan dan pertimbangan dalam keikutsertaannya. JPRD 2017 dilaksanakan selama tiga hari, Lamanya waktu penyelenggaraan *event*juga dapat menjadi daya dukung untuk kesuksesan *event.*

Khusus untuk rangkaian acara diskusi, panitia penyelenggara sebelum menentukan tempat untuk penyelenggaraan acara melakukan survey lokasi dibeberapa tempat. Pemilihan dan survey lokasi harus direncanakan dan dilakukan secara matang oleh panitia. Koordinator festival manager sebelum menentukan lokasi, mengadakan rapat untuk beberapa tempat yang menjadi pilihan. Panitia sesuai divisi melakukan

survey lapangan. Masalah yang sering terjadi untuk pengambilan keputusan tempat atau lokasi adalah tempat yang tidak strategis dan tempat yang diinginkan digunakan oleh *event*lain.

Menurut hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, lokasi penyelenggaraan *event*JPRD tahun 2017 ini dinilai strategis, karena lokasinya berada di benteng vredeburg dan candi prambanan Yogyakarta. Dimana pemelihan lokasi sesuai dengan tema sehingga akan menambah nilai lebih terhadap kesan pengunjung dalam penyelenggaraan *event* tersebut. 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*JPRD pada tahun 2015 sesuai dengan teori yang ada. 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 (2009:46) 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.

Lamanya penyelenggaraan *event*JPRD 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*JPRD.

Berdasarkan data yang ditemukan, diperoleh gambaran bahwa pihak penyelenggara setelah membuat program untuk JPRD tahun 2017, 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. JPRD menggunakan sponsorship untuk dana penyelenggaraan *event*. Pada praktiknya dalam menentukan rancangan anggara biaya menggunakan perkiraan dana dari bawah-atas (*buttom up*).

Rancangan anggaran biaya pihak penyelenggara *event*JPRD cukup baik, karena mereka menggunakan sponsor untuk meringankan biaya. Hanya saja disini JPRD hanya menggunakan beberapa sponsor saja, hal ini menjadi suatu kelemahan dalam menjelaskan suatu *event* sehingga ada beberapa dari target sponsor tidak tertarik untuk mensponsori acara ini.

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 instasi 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 *event*Jogja Public Relations Days (JPRD) 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*JPRD akan memberikan keuntungan bagi pihak penyelenggara dan

tentu saja dapat mendorong para penonton untuk terus menyaksikan *event*setiap kali diselenggarakan.

2. Pengorganisasian

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 pembentukkan 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*JPRD 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 JPRD, 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*JPRD penyelenggara telah melakukan hal tersebut sesuai dengan teori yang berkaitan. Dalam hal pembentukan panitia dan kepemimpinan JPRD 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. Untuk menyelenggarakan *event*yang

besar seperti JPRD dibutuhkan orang yang banyak untuk terlibat dan saling bekerjasama untuk kesuksesan *event*.

3. Pelaksanaan

Setelah semua perencanaan dilalui dari perencanaan *event*, pembentukkan 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. Disini peneliti menemukan ungkapan dari beberapa informan yang sempat mengalami kebingungan dilokasi penyelenggaraan acara, mengingat lokasi benteng vrederburg yang cukup luas dan teridiri dari berbagai gedung. Seharusnya panitia penyelenggara menggunakan papan media informasi untuk membantu para audiens atau pengunjung agar tidak tersesat.

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 akanditampilkan melalui aktivitas *special event*itu sendiri. Berdasarkan dari hasil wawancara bahwa penonton tertarik untuk menyaksikan *event*JPRD karena dapat menimba ilmu dari para pembicara dari berbagai latar belakang baik praktisi, akademisi maupun instansi pemerintah serta dapat berinteraksi langsung dan berdiskusi dengan pembicara atau narasumber.

Setelah melakukan kegiatan operasional pengecekan dan lain-lain, selanjutnya pihak penyelenggara *event*JPRD 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 *jobdesk* 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*JPRD tahun 2017, Panitia penyelenggara telah melakukan pelaksanaan dengan baik walau terdapat permasalahan diantara beberapa audiens yang mengalami kesulitan dalam mencari ruangan seminar dan workshop hal ini dikarenakan lokasi benteng vrederburgh

yang memiliki banyak ruangan-ruangan yang hampir sama secara tampilan bangunan. Noor (2013:200) mengungkapkan bahwa tahapan dalam identifikasi resiko yang terjadi dalam *event*adalah dengan melakukan identifikasi, pengecekan, penetapan, kontrol, pendataan dan evaluasi. Kendala-kendala yang dihadapi akan menjadi evaluasi yang harus diperbaiki oleh panitia penyelenggara JPRD tahun berikutnya. Sehingga permasalahan-permasalahan tersebut dapat diantisipasi dikemudian hari misalnya dengan memberikan informasi melalui media komunikasi seperti rambu atau tanda tanda yang menjelaskan ruangan yang digunakan.

4. Evaluasi

Setelah proses pelaksanaan *event*JPRD dilaksanakan, tahap selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi merupakan bagian dari manajemen *event*dengan menilai sebaik apa *event*tersebut diselenggarakan dan kritikan 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 (2011:492) 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*JPRD 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*JPRD dengan mengukur keberhasilan, melakukan rapat evaluasi setelah *event*dan pembubaran panitia.

Panitia dalam menentukan indikator keberhasilan *event*JPRD 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 pertujukan, 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. Umpan balik diperlukan untuk mengetahui sampai atau tidaknya informasi yang disebarkan oleh penyelenggara. Besarnya umpan balik dapat dijadikan sebagai indikator besarnya partisipasi dari masyarakat yaitu pengingkatan pengetahun, pengalaman yang didapatkan atau kekesalan masyarakat. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan penonton JPRD, JPRD 2017 mendapatkan respon yang baik dari penonton dengan memberikan komentar positif, penonton menikmati acara dan penonton mendapatkan informasi baru tentang public relations penonton dapat berpartisipasi dalam forum diskusi. Adapun saran yang diberikan oleh penonton akan disampaikan kepada panitia divisi LO (*laison officers*). Tugas LO adalah untuk menerima segala keluh kesah, saran serta masukan dari penonton yang kemudian akan disampaikan

kepada panitia lain dan menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan *event*JPRD.

Evaluasi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara *event*JPRD 2017 bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari rangkaian acara yang telah dilakukan. Selain itu tanggapan dan penilaian dari penonton yang hadir tentang pelaksanaan *event*JPRD tahun 2017. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Allen (2011:492). Berdasarkan hasil dari penilitian yang telah dilakukan oleh peneliti, evaluasi dari *event*JPRD 2017 yang diselenggarakan melakukan evaluasi dengan terstruktur yaitu melakukan evaluasi setiap divisi dan memberikan saran atau masukkan untuk setiap divisi. Setelah itu membubarkan panitia *event*JPRD. Setelah melakukan evaluasi terhadap perencanaan dan pelaksanaan *event*, pihak penyelenggara *event*JPRD tahun 2017 setiap divisi membuat laporan pertanggungjawaban dan akan dibahas saat rapat evaluasi.