

**MANAJEMEN EVENT TARI SAMAN 10001 PENARI OLEH DINAS
PARIWISATA KABUPATEN GAYO LUES PROVINSI ACEH TAHUN
2017**

Naskah Publikasi

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

DEDI SETIAWAN

NIM. 20120530181

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan tim penguji jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 12 Maret 2019
Tempat : Ruang Nego Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

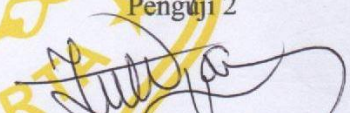
Ketua


Dr. Suciati, S.Sos, M.Si

Penguji 1

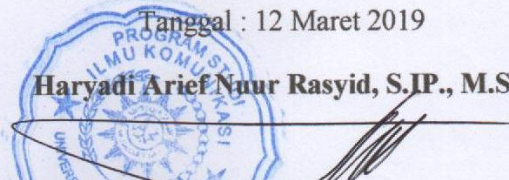

Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn.

Penguji 2


Zuhdan Aziz, S.Ip., S.Sn., M.,Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Tanggal : 12 Maret 2019


Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah

Manajemen *event* Tari saman 10001 Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gayo

Lues Provinsi Aceh tahun 2017

Dedi Setiawan

20120530181

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang manajemen *event* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kabupaten Gayo Lues Provinsi Aceh tahun 2017. Tujuan dari diselenggarakannya *event* tari saman ini adalah bagian dari amanat UNESCO yang mewajibkan pemerintah daerah Kabupaten Gayo Lues untuk menyelenggarakan berupa kegiatan yang dapat menjadi landasan untuk pelestarian dan pengembangan Tari Saman minimal dua tahun sekali yang dikarenakan tari saman sudah ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda pada tanggal 12 November 2011 di Nusa Dua Bali. Kemudian dari pagelaran ini pemerintah daerah kabupaten Gayo lues ingin memecahkan rekor MURI dengan jumlah penari terbanyak sekaligus ingin mempromosikan tari saman ini baik di tingkat nasional maupun Internasional. Kerangka teori yang digunakan adalah teori manajemen yang terdiri dari *planning, Organizing,Actuating, Controlling*. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data, reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, manajemen *event* yang dilakukan oleh dinas pariwisata Gayo Lues telah cukup baik dan sesuai dengan teori perencanaan dilakukan dengan membuat tujuan *event* sampai dengan menentukan tema. Pengorganisasian dilakukan dengan membentuk struktur organisasi sampai dengan memberikan kepada karyawan dan sukarelawan. Pelaksanaan dilakukan sebagaimana perencanaan dan kemudian dalam evaluasinya panitia membuat laporan pertanggungjawaban sebagai bahan evaluasi.

Kata kunci : Manajemen, *Event*, Tari, Saman, promosi, Budaya

**Manejemen of Saman Dance 10.001 by Tourism Office of the Gayo Lues
Regency in Aceh province in 2017**

Dedi Setiawan

20120530181

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Studies Program

ABSTRACT

This study discusses the manajemen of events that carried out by the tourism office of the Gayo Lues regency of Aceh province in 2007. The purpose of the saman dance event is part of the UNESCO mandate that requires the Gayo Lues Regency local government to organize activities that can become the foundation for preservation and develeopment of saman dance is at least once every two years because the saman dance has been designated as an intangible cultural haritage on november 12, 2011 in Nusa Dua, Bali. Then from this performance the Gayo Lues district goverment wanted to break the record of muri with the most number of dancers while at the same time wantingto promote the saman dance at the national and international levels The theoretical framework used is manajemen theory consisting of planning, organizing, actuating, and controlling. The research method used is descriptive Qualitative, while the date collection techniques used by interviews and documentation. The date analysis technique that is carried out is by collecting date, reducing date, presenting date, drawing conclusionsBased on the results of research conducted by research conducted by researches, the event management carried out by the tourism office of Gayo Lues has been quite good and in accordance with the theory. Planning is done by making the event destination up to determine the theme. Organizing is done by forming an organizational structure up to providing employess and volunteers. The implementation is carried out as planned and then in its evaluation the committee makes an accountability report as an evaluation material.

Keywords : Management, Event, Saman, Dance, Promotion, Culture

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia, yang mempunyai suku, ras, kelompok, agama, golongan, serta budaya yang berbeda-beda. Membahas mengenai kebudayaan, Indonesia memiliki beragam kebudayaan di tiap-tiap daerah. Budaya adalah salah satu ciri khas suatu daerah, setiap daerah memiliki kebudayaannya masing-masing, oleh karena itu budaya sangatlah penting yang harus selalu dijaga dan di lestarikan karena budaya telah ada sejak lama (Subarkah, 2016:5).

Penduduk Indonesia adalah penduduk yang bhinneka, yaitu terdiri atas banyak suku dengan adat-istiadat yang berbeda. Tingkat perkembangan, organisasi pemerintahan, serta struktur ekonomi dan sosial budaya mereka pun berbeda-beda. Begitu juga bahasa ibu mereka tidak sama. Ada penduduk yang tinggal di pedalaman dan hidup sebagai petani dengan menyelenggarakan pertanian untuk memenuhi kebutuhan pangan dan perdagangan. Sebagian penduduk tinggal di pantai atau pesisir dan hidup sebagai nelayan. (Moedjanto, 1992: 1).

Berbicara tentang Aceh, adalah sebuah masyarakat yang menetap di ujung pulau Sumatra wilayah Indonesia. Hampir seluruh penduduk Aceh beragama Islam yang taat. Selain itu, Aceh juga terkenal sebagai wilayah yang pertama kali tersentuh penyebaran Islam di Asia Tenggara (Arifin,2016:252). Berdasarkan seminar sejarah masuknya Islam ke Indonesia yang dilangsungkan di Medan pada tanggal 17-20 Maret 1963, telah diambil kesimpulan antara lain bahwa Islam masuk untuk pertama kalinya ke Indonesia pada abad 1 Hijriah dan langsung dari

Arab, dan bahwa daerah pertama didatangi Islam ialah pesisir Sumatra dan setelah terbentuknya masyarakat Islam maka raja Muslim pertama berada di Aceh. (Said, 61).

Sebagai sub etnis yang mendiami daerah provinsi Aceh, suku Gayo memiliki sebuah tarian yang bernama tari Saman. Tari Saman merupakan tari tradisional masyarakat Gayo atau suku Gayo yang mendiami Kabupaten Gayo Lues, Kabupaten Aceh Tenggara dan masyarakat Gayo yang berada di Kabupaten Aceh Tamiang (Tamiang Hulu), Aceh Timur (daerah Lokop atau Serbejadi). Sementara masyarakat Gayo yang berada di Kabupaten Aceh Tengah dan Kabupaten Bener Meriah tidak memiliki tari Saman, Jadi jika ada kesenian Saman yang dipertunjukkan di daerah Aceh Tengah atau Kabupaten Bener Meriah, pemainnya adalah mereka yang berasal dari Gayo Lues dan telah menetap di kedua Kabupaten tersebut.

Sejarah Tari Saman secara pasti belum dapat diketahui karena kurangnya bahkan belum adanya peneliti yang mengkaji masalah ini secara ilmiah, selain itu faktor utama penyebab tidak diketahuinya asal usul Tari Saman disebabkan oleh rendahnya budaya baca tulis pada masyarakat Gayo pemilik asli Tari Saman ini, sehingga cerita mengenai Saman hanya disampaikan dari mulut ke mulut (istilah orang Gayo *kene beken* yang artinya konon kata orang). Kurangnya data tertulis tentang Saman menyebabkan tidak dapat diketahui dengan pasti kapan dan darimana asal kata Saman itu sendiri. Padahal menurut pengakuan orang tua, sebelum Belanda datang ke daerah Gayo Tari Saman telah hidup dengan subur pada suku Gayo, terutama di daerah Blangkejeren. Karena tidak adanya sumber

yang tertulis, tidak dapat diketahui dengan pasti asal usul Saman. Namun dari penuturan yang dihimpun dari berbagai kalangan yang berdomisi di Gayo Lues, asal kata saman berasal dari nama seorang ulama yang mengembangkan agama Islam di daerah Gayo yang bernama Syeh Saman. Berdasarkan nama ulama inilah kemudian tarian yang dilakukan oleh masyarakat pada masa itu disebut Saman, sehingga dari pendapat yang sederhana ini dapat pula diduga bahwa Tari Saman sudah dimulai sejak agama Islam masuk ke dataran tinggi Gayo, namun tentang tahunnya sampai saat ini belum ada data yang tertulis. (<http://www.wisataleuser-gayolues.com/mengenal-lebih-dekat-tari-saman-dari-gayo-lues.html>, diakses pada tanggal 15 januari 2018 pukul 14.15).

Bagi masyarakat Gayo Saman lebih dari sekedar tarian atau seni pertunjukan. Saman merupakan bagian dari realitas sosial budaya masyarakat yang dikaitkan dengan berbagai fenomena sosial-budaya masyarakat Gayo. Saman sebagai tari berfungsi sebagai hiburan dan memiliki nilai estetika. Selain itu Saman memiliki arti penting bagi orang-orang Gayo; yaitu sebagai alat integrasi sosial. Komunitas Saman terdiri dari penari, pelatih, fans, tokoh masyarakat, guru, pejabat pemerintah, dan masyarakat umum. Kemudian saman mengandung nilai-nilai persahabatan, persaudaraan, saling bekerjasama, keharmonisan manusia dan alam, serta nilai-nilai yang menjunjung tinggi kesadaran masyarakat untuk identitas orang Gayo.

Pada tahun 2011 bertepatan di Bali Tari Saman terdaftar di UNESCO sebagai warisan budaya tak benda yang dimiliki oleh masyarakat Suku Gayo. Saat itu Tari Saman dikatakan membutuhkan perlindungan mendesak karena sebagai contoh

saman pertunjukan kelompok sudah jarang diadakan, kemudian minat dan perhatian dari orang-orang Gayo sendiri untuk belajar Saman telah cenderung menurun. Seiring pengesahan yang dilakukan oleh UNESCO keberlanjutannya membaik frekuensi pertunjukan saman telah meningkat. Di Gayo Lues, satu persatu kelompok Saman mulai tumbuh dan hidup kembali. Saman menjadi lebih populer daripada seni lainnya di Provinsi Aceh dan menjadi dikenal di Indonesia. Namun, ada sedikit catatan pertumbuhan saman yakni belum diikuti dengan menyebarkan dan memberikan pemahaman yang cukup tentang saman dan belum lengkap bagi masyarakat luas. Saman kini dikenal luas oleh masyarakat sebagai “pertunjukan saman”, sementara saman yang lain, seperti saman *jalu* (saman adu) tidak begitu dikenal, sedangkan jiwa dari saman (dinamika, harmoni, dan proses kreatif) dapat terlihat hanya dalam saman *jalu*. Dalam masyarakat diluar Gayo dan daerah Aceh, Sering saman ditarikan oleh perempuan, sedangkan seharusnya hanya dilakukan oleh laki-laki. (Laporan Status Elemen yang Terdaftar di Daftar Warisan Budaya Tak Benda yang Membutuhkan Perlindungan Darurat tahun 2011).

Pergelaran *event* Tari Saman 10.001 penari kabupaten Gayo Lues ini merupakan *event* kedua yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Gayo Lues. Pertama kali diselenggarakannya *event* Tari Saman dengan jumlah peserta besar yaitu pertunjukan Tari Saman 5005 yang diselenggarakan pada tanggal 24 November 2014. Yang meliputi acara pemecahan rekor dunia oleh Museum Rekor Indonesia (MURI). (<http://iloveaceh.org/3876/2014/11/13/5005-penari-saman-massal-di-hari-saman/>, diakses pada 15 Januari pukul 15.40). Adapun dari kedua

event yang diselenggarakan ini adalah bagian dari pihak UNESCO yang mengisyaratkan adanya pergelaran Tari Saman pertunjukan untuk memunculkan keberadaanya setidaknya tiga tahun sekali, apabila tidak diselenggarakan maka status Tari Saman bisa dicabut dari daftar warisan UNESCO.

Tujuan diselenggarakannya *event* tari saman 10.001 ini merupakan bagian dari kesungguhan Pemerintah daerah Kabupaten Gayo Lues untuk melestarikan dan sekaligus mempromosikan tari saman sebagai bagian dari masyarakat Gayo Lues yang telah disahkannya Tari Saman sebagai warisan tak benda oleh UNESCO, sehingga dari penyelenggaraan ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui bahwa tari saman merupakan tarian yang berasal dari Gayo Lues.

Semenjak berdirinya kabupaten Gayo Lues pada tanggal 10 April 2002, *event* Tari Saman 10.001 ini bisa dikatakan sebagai *event* terbesar yang pernah diselenggarakan oleh pemerintah daerah Kabupaten Gayo Lues, dibawah ini adalah table perbandingan *event* Tari Saman 10.001 dengan *event-event* yang lainnya dari segi jumlah peserta, lama *event*, dan media promosi yang digunakan sepanjang tahun 2017

Tabel 1.1

Tabel perbandingan *event* di Gayo Lues tahun 2017

No	Nama Event	Jumlah peserta	Lama event	Media promosi
1	Tari saman	10.001	Satu hari	Instagram, Youtube, Facebook, Inews TV , Kompas, BBC, baliho, spanduk
2	Turnamen Pacu Kuda Tradisional	201 ekor kuda	1 Minggu	Facebook, majalah daerah Lentayon, baliho
3	Festival musik etnik modern	16	1 hari	Facebook, Instagram

4	Turnamen Bupati cup	40	1 bulan	Baliho, Koran serambi Aceh
---	---------------------	----	---------	----------------------------

Sumber :

(<http://travel.kompas.com/read/2017/01/13/120300927/10.001.orang.akan.tampil.an.tari.saman.di.gayo.lues.aceh>, diakses pada 15 januari pukul 16.20)

(<http://aceh.tribunnews.com/2017/10/10/pacuan-kuda-resmi-dibuka>, diakses pada 15 januari pukul 16.30), (<http://lintasgayo.co/2017/11/17/ini-pemenang-festival-musik-etnik-modern-gayo-lues-tahun-2017> diakses pada tanggal 15 januari pukul 16. 50), (<http://baranewsaceh.co/29-tim-sepak-bola-perebutkan-piala-bupati-gayo-lues/>. Diakses pada tanggal 15 januari pukul 17.00).

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa dari segi acara *event* Tari Saman memiliki jumlah peserta yang paling banyak dibanding dengan *event* yang lainnya sebab dikarenakan dari penyelenggara acara ingin memecahkan rekor sebelumnya dengan jumlah peserta tari terbanyak. Kemudian media promosi yang digunakan lebih banyak, sebab dari *event* ini penyelenggara ingin mempublikasikan tarian kepada khalayak luas beda dengan *event-event* yang lainnya yang hanya sebatas *event* daerah.

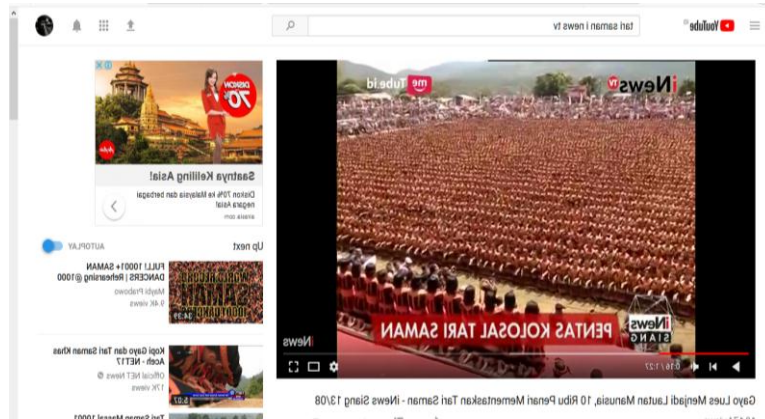
Gambar di bawah ini adalah beberapa poster media promosi yang di sebarakan oleh Dinas Pariwisata Gayo Lues selaku pelaksana acara melalui media sosial dan liputan berita oleh beberapa media nasional yang ikut memberitakan acara Tari Saman 10.001 penari

Gambar 1.1 Poster promosi Tari Saman melalui media sosial Facebook



Sumber : Facebook Dinas Pariwisata Gayo Lues.

Gambar 1.2 I news TV melakukan siaran live saat penyelenggaraan tari massal 10.001 penari



Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=NCNhYyimCjs>.

Gambar 1.3 Poster berupa gambar Bupati Gayo Lues mengajak masyarakat Gayo Lues untuk menjadi saksi diselenggarakannya tari Saman.



Disukai oleh mulyadihasby11, folks_floks dan 101 lainnya

wisatagayolues MARI, MENJADI SAKSI SEJARAH BARU SEBAGAI PAGELARAN TARI SAMAN TERBESAR DI DUNIA!

Sumber : Instagram Dinas Pariwisata Gayo Lues.

Gambar 1.4 Kompas meliput penyelenggaraan tari Saman



Sumber : <http://regional.kompas.com/read/2017/08/14/20163481/berita-foto-megahnya-tari-saman-kolosal-di-gayo-lues> diakses pada tanggal 8 februari pukul 05.00.

Gambar 1.5 BBC indonesia meliput tari Saman



Sumber : <http://www.bbc.com/indonesia/trensosial-40915336>. Diakses pada tanggal 8 februari pukul 05.10.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan data diatas dapat ditentukan perumusan masalahnya sebagai berikut bagaimana manajemen *event* Tari Saman 10.001 penari yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kabupaten Gayo Lues tahun 2017?

TUJUAN PENELITIAN

- 1) Untuk mendeskripsikan manajemen *event* Tari Saman 10.001 penari tahun 2017 yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Gayo Lues
- 2) Untuk mendeskripsikan tanggapan pengunjung mengenai *event* Tari Saman 10.001 tahun 2017.

B. LANDASAN TEORI

1. *Event* dan Komunikasi

Event di defenisikan sebagai suatu kegiatan yang di selenggrakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang di selenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang di selenggarakan pada waktu tertentu (Noor,2013:8).

Menurut Sulaksana (2003:83) *event* merupakan peristiwa-peristiwa yang dirancang untuk mengkomunikasikan pesan tertentu pada audiens sasaran. Bagian Humas mengatur konferensi pers, peluncuran produk, *grand opening* untuk merengkuh efek komunikasi khusus pada audiens sasaran.

Dalam arti sempit *event* adalah perencanaan, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dengan pengunjung. Sedangkan dalam arti luas *event* adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang kesuatu agar mereka mendapatkan suatu informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diselenggarakan oleh penyelenggara (Kennedy,2009:172).

Bentuk *event* sendiri sangatlah beragam, salah satunya adalah festival. Festival adalah bentuk *event* yang lebih bertujuan untuk memberikan hiburan bagi *audience* nya, baik dalam bentuk kesenian, budaya, permainan, maupun penjualan produk. Karakteristik festival antara lain melibatkan banyak peserta. Tujuan utamanya menghibur khalayak, menunjukkan eksistensi perusahaan atau produknya. Beragam sajian bisa disajikan sekaligus. Biasanya ada satu tema yang diangkat dan khalayak sasaran (Goldbatt,2002:11).

Kemajuan teknologi telah telah memperkaya media komunikasi, sehingga tidak lagi bergantung pada media konvensional seperti koran, radio, telepon, televisi namun kini telah juga bisa menggunakan media baru seperti komputer genggam, mesin fax, telepon seluler dan internet. Lantaran biaya komunikasi yang terus turun, teknologi baru memberi baru bagi perusahaan untuk mengganti komunikasi massa dengan komunikasi yang lebih tepat sasaran dan dialog *one-to one* (Sulaksana,2003:28).

Untuk mendukung keberhasilan sebuah penyelenggaraan *event* dibutuhkan peranan media massa baik cetak maupun elektronik. Menurut Doyle (2016,15) hal ini dikarenakan media massa memiliki jangkauan yang luas terhadap masyarakat. Selain itu, media massa juga memiliki nilai lebih karena hasil publisitas yang diterbitkan oleh media massa bersifat netral, sehingga masyarakat akan lebih tertarik untuk memahami manfaat penyelenggaraan suatu *event*.

Dalam menjalankan event tentunya harus menggunakan promosi yang baik untuk mempromosikan *event* tersebut menurut Muhammad (2009:19) disaat melakukan atau mempromosikan produk, anda harus dapat mempesona mata atau

merangsang keseluruhan indra kemudian menyentuh hati. Dengan begitu, pelanggan akan benar-benar dan semakin jatuh hati pada produk yang ditawarkan. Dalam banyak kenyataan kegiatan promosi dilakukan dengan cara

1. Memasang Advertasi (iklan) baik melalui media cetak (koran, majalah, dan sebagainya) maupun melalui media elektronik (TV atau radio)
2. Menjual promosi secara individu, misalnya kunjungan kerumah-rumah, kantor dan sebagainya (Soekartawi,1993:87).

Kekuatan dari sebuah *event* adalah kemampuannya dalam membangkitkan dan mengarahkan khalayak kepada sebuah produk tertentu. Maka dari itu, *event* dapat dikatakan sebagai sebuah alternatif atau cara untuk dapat memberikan informasi yang bertujuan untuk membentuk sebuah opini publik (Ruslan,2016:232).

Salah satu cara mempromosikan *event* adalah dengan membagikan brosur kepada masyarakat. Menurut Girrard (1991,52) brosur mungkin merupakan sarana yang penting untuk berhubungan dengan masyarakat dan usahakan brosur yang dibagikan tersebut dapat menarik untuk dibaca atau pun disimpan oleh penerima brosur tersebut.

Iklan juga merupakan alat dari sebuah *event* dalam mempromosikan sebuah *event*. Pengiklanan merupakan promosi yang bersifat impersonal dan ia meliputi aktifitas mentransmisi pesan-pesan standar kepada penerima pesan yang dijadikan sasaran. Pihak yang menempatkan iklan dapat memilih antara sejumlah media besar media pesanan dan didalamnya tercakup

1. Media visual murni seperti misalnya surat-surat kabar dan majalah-majalah
2. Media-media aural murni seperti misalnya radio.
3. Media aural dan media visual yang dikombinasikan seperti misalnya televisi (Winardi,1989:305).

Dalam visualisasi iklan, seluruh pesan dalam iklan semestinya merupakan pesan yang efektif. Artinya pesan yang mampu menggerakkan khalayak agar mereka mengikuti pesan iklan. Semua iklan yang dibuat oleh pengiklan dapat dipastikan mampu memiliki tujuan tertentu, yaitu berupa dampak tertentu ditengah khalayak. Dampak tertentu yang diharapkan oleh pengiklan dapat berupa pengaruh ekonomis maupun dampak sosial. Pengaruh ekonomis adalah dampak yang diharapkan dapat diwujudkan oleh iklan untuk maksud-maksud untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. Misalnya, laku dan bertambahnya penjualan produk sehingga mendapatkan keuntungan materi. Sementara dampak sosial adalah keuntungan non ekonomi, yaitu terbangunnya citra baik berupa permintaan sosial oleh masyarakat (Widyatama,2004:23). Lebih lanjut iklan pada gilirannya ikut menentukan tingkat minat, kepercayaan, dan keyakinan kita terhadap produk. Minat masyarakat terhadap produk tumbuh karena iklan yang menarik, atau sebaliknya tidak tertarik bahkan tidak yakin akan kualitas produk yang tidak diiklankan. Tingkat keyakinan tersebut, pada gilirannya juga ikut menjadi penentu keputusan seseorang dalam memilih produk yang hendak dibeli. (Widyatama,2004:161).

Event sendiri berkaitan langsung dengan pemasaran menurut penjelasan dari Grey (2006:81) tujuan pemasaran adalah untuk medatangkan orang-rang ke acara

yang diselenggarakan melalui berbagai upaya pemasaran, adapun cara pemasaran yang dilakukan agar masyarakat menarik diri untuk hadir di acara tersebut dengan cara

- a. Menyebarkan Iklan sebelum acara
- b. Promosi sebelum acara (pemasaran langsung, situs internet, promosi sponsor, dll)
- c. Publikasi sebelum acara
- d. Iklan atau tanda-tanda di jalan
- e. Ulasan media terhadap acara
- f. Resensi/ulasan setelah acara

Event sebagai media komunikasi bagi sebuah kota dijelaskan oleh Getz (2008:403). Menurut Getz melalui penyelenggara suatu *event* sebuah kota dapat mengkomunikasikan keunikan atau kekhasan yang dimiliki. Getz menjelaskan sebagai berikut.

- a. *Event* sebagai atraksi (*attraction*) sangat jelas dapat diungkapkan dimana kegiatan *event* merupakan atraksi/daya tarik tersendiri bagi sebuah destinasi. Atraksi adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat/dinikmati
- b. *Event* sebagai pemberi citra dan destinasi (*image maker*) melalui kegiatan *event* sebuah destinasi dapat memasarkan dirinya untuk memberikan kesan dan pandangan terhadap destinasi yang ditawarkan

- c. *Event* sebagai pendorong tumbuhnya atraksi wisata (*animators of static attractions*). Melalui *event* kegiatan dapat ditunjukkan segala bentuk atraksi yang merupakan ajang aktivitas dan kreativitas pelaku *event*
- d. *Event* sebagai penggerak tumbuhnya pembangunan sektor lain (*catalyst for other development*) melalui *event*, pertumbuhan sektor lain secara tidak langsung tumbuh untuk melengkapi kegiatan *event* yang dilaksanakan.

2. Manajemen Event

Management berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur. Dalam hal mengatur, akan timbul masalah, problem, proses dan pertanyaan tentang apa yang diatur, siapa yang mengatur, mengapa harus diatur dan apa tujuan pengaturan tersebut. Manajemen juga menganalisa, menetapkan tujuan/sasaran, serta mendeterminasi tugas-tugas dan kewajiban-kewajiban secara baik, efektif dan efisien. (Hasibuan,1993:2). Sedangkan menurut Haiman manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama (Manullang,2003:3)

Manajemen ialah seni melaksanakan pekerjaan melalui orang-orang (*the art of getting things done through people*) (Usman,2010:3). Lebih lanjut Manajemen dalam arti luas adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Manajemen dalam arti sempit adalah manajemen sekolah/madrasah yang meliputi: perencanaan program sekolah/madrasah, pelaksanaan program sekolah/madrasah kepemimpinan kepala sekolah/madrasah. Pengawas/evaluasi, dan sistem informasi sekolah/madrasah (Usman,2010:5).

Manajemen *event* merupakan suatu pengorganisasian suatu kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau lembaga yang dikelola secara profesional, efisien dan efektif dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan kegiatan selesai. Setiap *event* memiliki tujuan untuk memasarkan atau mempromosikan *event* pada target yang telah ditentukan yaitu orang yang menghadiri kegiatan tersebut. Kunci utama suatu *event* adalah pengunjung atau penonton mengetahui manfaat yang akan diperoleh melalui sebuah *event* (Noor,2009:179)

Sedangkan menurut Kennedy (2009:1) manajemen *event* adalah bagian dari ilmu manajemen yang merancang dan mengembangkan suatu kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan masyarakat di suatu lokasi dan melakukan beberapa aktifitas yang sudah diatur untuk mendapatkan informasi atau menyaksikan suatu kejadian.

Suksesnya kegiatan *event* bukanlah suatu hal yang terjadi begitu saja, tetapi dapat dilihat dari sebagaimana baiknya sebuah perencanaan dilakukan. Perencanaan merupakan salah satu bagian sangat penting dari sebuah manajemen *event*. Ia berfungsi agar kegiatan *event* dapat terarah bagi pencapaian tujuan, yang terlaksana secara efektif dan efisien. Perencanaan itu sendiri bermacam-macam jenisnya tergantung pada fungsi apa yang sedang diperankannya dan pada bagian mana dia digunakan (Abdullah,2009:143).

Dalam fungsi manajemen ada beberapa fungsi manajemen menurut George R. Terry (1993:17) fungsi dibagi menjadi empat yaitu:

a. *Planning* (perencanaan)

Ialah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan *planning* mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat kedepan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa depan.

Perencanaan pada hakikatnya adalah proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternatif (pilihan) mengenai sasaran dan cara-cara yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang guna mencapai tujuan yang dikehendaki serta pemantauannya atas hasil pelaksanaannya yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan

Perencanaan tidak dapat dilepaskan dari unsur pelaksanaan dan pengawasan termasuk pemantauan, penilaian, dan pelaporan. Pengawasan diperlukan dalam pengawasan agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan-penyimpangan. Pengawasan di dalam perencanaan dapat dilakukan secara preventif dan represif. Pengawasan preventif merupakan pengawasan yang melekat dengan perencanaannya, sedangkan pengawasan represif merupakan pengawasan fungsional atas pelaksanaan rencananya, baik yang dilakukan secara internal maupun secara eksternal oleh aparat pengawasan yang ditugasi (Usman, 2010:66)

Menurut Noor (2013:132) proses perencanaan *event* terbagi menjadi empat bagian yang pertama adalah

1. Penetapan tujuan

Proses perencanaan dimulai dengan menentukan tujuan yang dapat diterima dengan jelas setiap anggota tim yang akan terlibat dalam pelaksanaan *event*. Anggota tim terdiri dari ketua komite organisasi, sampai ke staff penyelenggara. Kejelasan tujuan yang dimunculkan pada proses perencanaan akan membawa setiap anggota tim pada tujuan dan arah yang sama dalam pelaksanaan *event*. Penyelenggra atau EO harus dapat memberikan alasan yang tepat tentang *event* apa yang diselenggarakan dan cocok dengan keinginan peserta atau pengunjung yang diharapkan. Adapun poin yang penting dari penetapan tujuan adalah apa yang di inginkan dari penerapan *event* tersebut sehingga dari *event* tersebut timbul efek yang diharapkan.

2. Rencana awal

Rencana awal penyelenggaraan *event* dimulai dengan dua tahap, pertama yaitu mencari informasi tentang *event* yang akan diselenggarakan dan mengumpulkan informasi yang berhubungan. Proses pencarian perlu dilakukan untuk melihat kelayakan dari rencana penyelenggaraan *event* tersebut. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat studi kelayakan bagi penyelenggara suatu *event*. Manfaat melakukan studi ini untuk melihat apakah penyelenggaraan *event* tersebut dapat membawa banyak manfaat atau tidak. Kemudian mengumpulkan informasi yang bertujuan untuk menetapkan tanggal yang cocok untuk *event* yang akan digelar

3. Rencana detil

Setelah semua informasi tentang penyelenggaraan *event* didapat, tahap selanjutnya adalah menuangkan rencana kedalam perancangan yang detil dan dilakukan oleh pihak yang kompeten sesuai dengan bidangnya. Pada penyelenggaraan *event*, terdapat tiga bagian kelompok, seperti bidang keuangan, bidang operasional dan bidang pemasaran

a. Bidang keuangan

Bidang keuangan akan membuat rencana detil tentang keuangan, termasuk di dalamnya

- 1) Menyusun anggaran *event*
- 2) Meralisasikan anggaran
- 3) Pemasukan *event*

b. Rencana operasional

event secara detil harus menyusun rencana operasional seluruh kebutuhan penyelenggaraan *event*. Yang termasuk dalam penyusunan tersebut adalah

- 1) Kebutuhan sumberdaya staff atau tim yang terlibat
- 2) Kemudian kebutuhan akan logistik berupa peralatan untuk *event*.
- 3) Tempat penyelenggaraan *event* menjadi hal yang harus dipersiapkan secara matang.

c. Kegiatan Bagian pemasaran

Untuk mencapai *event* yang sukses diperlukan perancangan pemasaran yang hati-hati dilakukan secara efektif. Adapun yang perlu direncanakan sebelum memulai rencana pemasaran ialah

- 1) Menentukan rencana jadwal pemasaran
- 2) Menentukan Target pasar
- 3) Mempengaruhi target pasar
4. Legalitas

Tahap terakhir proses perencanaan yang perlu diperhatikan adalah legalitas dari penyelenggara *event*. setiap *event* yang diselenggarakan harus jelas legalitasnya dalam arti aman dan telah mendapat persetujuan dari pihak-pihak yang berwenang yang memberikan izin untuk penyelenggaraan *event*. izin paling rendah dapat diminta dari pemangku jabatan di wilayah terdekat *event* diselenggarakan . misalnya RT, RW, kelurahan, kecamatan dan sebagainya. Jika *event* di selenggarakan di lingkungan instansi tertentu, maka izin diminta pada instansi tersebut.

Menurut Suseno (2009:51) ada beberapa hal pokok di dalam perencanaan *event* yang perlu diperhatikan adapun itu ialah

- 1) Materi pementasan

Materi pementasana adalah hal pokok apa siapayang akan tampil dalam acara tersebut, hal ini sangat tergantung perencanaan awal pementasan

2) Panggung dan dekorasi

Selain lokasi yang memberikan daya tarik sendiri, faktor dekorasi dan tata panggung juga memberikan pengaruh besar terhadap tingkat daya tarik pengunjung.

3) Menentukan Tema

Judul atau tema sebuah *event* mempunyai unsur kuat dari segi pemasaran *event* itu sendiri. kekuatan judul atau tema dapat menarik minat sponsor, peserta dan masyarakat untuk berpartisipasi.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Organizing mencakup (a) membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan kedalam kelompok-kelompok. (b) membagi tugas kepada seorang manajer untuk mengadakan pengelompokan tersebut dan (c) menetapkan wewenang diantara kelompok atau unit-unit organisasi. Pengorganisasian berhubungan erat dengan manusia, sehingga pencaharian dan penugasannya ke dalam unit-unit organisasi dimasukkan sebagai bagian dari unsur organizing, didalam setiap kejadian, pengorganisasian melahirkan peranan kerja dalam struktur formal dan dirancang untuk memungkinkan manusia bekerja sama secara efektif guna mencapai tujuan bersama

Menurut Noor (2013:153) membuat struktur organisasi merupakan hal yang penting untuk menciptakan *event* yang sukses. Untuk setiap penyelenggaraan *event* diperlukan struktur organisasi yang berfungsi memudahkan operasional *event*. hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan struktur organisasi harus dapat transparan dalam otoritas, mekanisme pelaporannya serta dapat merespon

kebutuhan *event*. beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan proses pengadaan pegawai atau staff kerja untuk *event* yaitu:

1) Proses pengadaan pegawai

Berdasarkan posisi yang harus di isi, menggunakan agen tenaga kerja dapat dilakukan, terutama untuk mengisi yang hanya dilakukan pada saat *event* berlangsung saja (tenaga paruh waktu). Menyeleksi calon tenaga kerja memerlukan waktu yang banyak dan biaya yang mahal, sehingga apabila memungkinkan, tidak ada salahnya bekerja sama dengan agen untuk mendapatkan pegawai tersebut. Hal seperti ini akan menghemat baik tenaga, waktu dan biaya yang harus dikeluarkan

2) Menarik Sukarelawan

Sukarelawan pada penyelenggaraan *event* dapat berasal dari berbagai kalangan, termasuk pegawai yang diberikan oleh sponsor. Untuk menjangkau sukarelawan, hal yang perlu dilakukan adalah dengan menyebar poster, menayangkan pada media elektronik (televisi), atau melalui kerja sama dengan masyarakat setempat

3) Seleksi

Proses seleksi dimulai dengan menganalisa para calon pegawai baik sukarelawan maupun tenaga paruh waktu dengan mengisi formulir pendaftaran. Dalam formulir pendaftaran harus terdapat informasi dan data pelamar, atau pelamar harus menyertakan daftar riwayat hidupnya.

4) Memotivasi karyawan dan sukarelawan

Motivasi merupakan komitmen setiap orang untuk mengambil peran pada *event* yang diselenggarakan dengan penuh antusias. Motivasi berhubungan erat dengan pencapaian yang telah ditetapkan. Kemampuan seorang *event manager* dalam memotivasi anggotanya merupakan komponen yang fundamental dan memerlukan keterampilan khusus

c. **Actuating (pelaksanaan)**

Actuating atau juga disebut “gerakan aksi” mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. *Actuating* mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, dan memberikan kompensasi kepada mereka.

Event yang telah disusun dan direncanakan secara matang mulai dari, tujuan yang telah ditentukan, sasaran dan strategi memperoleh sasaran sudah didapatkan, waktu dan tempat telah dipilih, serta rancangan anggaran yang telah diketahui jumlahnya, maka semua perencanaan tersebut diwujudkan dalam tindakan nyata atau pelaksanaan (Wibowo, 2013:117)

Pada tahap pelaksanaan *event* semua tim atau panitia bekerja dilapangan untuk mempersiapkan *event* sampai *event* selesai digelar. Dalam produksi kinerja *event organizer* (EO) akan berperan paling penting dan kinerja diamati banyak pihak, baik pengumpulan dana atau sponsor, menyelesaikan masalah penonton yang datang, saat kegiatan atau *event*, akan terlihat kru atau tim sibuk melakukan

koordinasi dan tegang. Bila dalam pra *event* semua sudah terkonsep dengan matang, maka dalam tahap penyelenggaraan *event* operasional akan berjalan rapi dan lancar (Hafidz, 2007:71)

d. *Controlling* (Evaluasi)

Controlling mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana. Pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat dicapai dengan baik. Ada beberapa cara untuk mengadakan perbaikan, termasuk merubah rencana dan bahkan tujuannya, mengatur kembali tugas-tugas atau merubah wewenang; tetapi seluruh perubahan tersebut dilakukan melalui manusianya. Orang yang bertanggung jawab atas penyimpangan yang tidak diinginkan itu harus dicari dan mengambil langkah-langkah perbaikan terhadap hal-hal yang sudah atau akan dilaksanakan.

Menurut Hafidz (2013:181) setelah *event* selesai wajib membuat Laporan pertanggungjawaban (LPJ) dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan semua kegiatan. Baik dari sisi penggunaan maupun target yang dicapai dari penyelenggaraan *event* tersebut. Laporan pertanggungjawaban juga berfungsi sebagai evaluasi untuk mengetahui sejauh mana kegiatan tersebut dapat mencapai tujuan dan sasaran. Selain itu juga untuk mengetahui berbagai kekurangan dan kelemahan yang ada sehingga bisa menjadi bahan koreksi.

C. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Perencanaan *Event* Tari Saman 10.001 penari

Dalam pembahasan ini peneliti akan menjelaskan langkah-langkah untuk melihat efektifitas dan efisiensi Dinas Pariwisata Gayo Lues dalam membuat *event* Tari Saman 10.001. Hal tersebut bertujuan bagi peneliti untuk melihat sejauh mana tingkat efektifitas dan juga perencanaan untuk membuat *event* tari Saman. Dalam menjalankan suatu *event* diperlukan tahap perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan evaluasi yang matang untuk mendukung sukses atau tidaknya *event* diselenggarakan.

a. Menentukan tujuan

Tujuan dari *event* Tari Saman yaitu berupa pembelajaran, mempromosikan suatu produk dan hiburan Adapun pembelajaran ialah Dinas Pariwisata ingin memberitahukan ke masyarakat yang hadir bahwa *event* Tari Saman ini merupakan amanat dari UNESCO yang mewajibkan *event* ini di selenggarakan minimal dua tahun sekali supaya menjadi landasan dan pengembangan Tari Saman tersebut dikarenakan Tari Saman sudah menjadi warisan budaya tak benda yang sudah ditetapkan oleh UNESCO. Selain itu Tari Saman merupakan bagian dari promosi karena dari *event* ini diharapkan keberadaan Tari Saman dapat dikenal masyarakat secara luas yang sudah sah dimiliki masyarakat Gayo melalui promosi yang dibuat panitia penyelenggara. Kemudian merupakan dari hiburan sebab dari penyelenggaraan ini Dinas Pariwisata menyuguhkan berupa tarian yang berjumlah 10.001 kepada pengunjung yang melihat sekaligus memecahkan rekor MURI dengan jumlah penari terbanyak.

b. Pencarian informasi

Dinas Pariwisata Gayo Lues sebagai penyelenggara tidak merencanakan pencarian informasi berupa studi kelayakan seperti menyebarkan kuesioner ke masyarakat sebagai bahan masukan *event* sebab mereka belajar dari *event* pertama Tari Saman 5005 di tahun tahun 2013 lalu, dimana masyarakat sangat antusias untuk menghadiri *event* Tari Saman sehingga memenuhi tempat lokasi *event*.

c. Mengumpulkan informasi

Mengumpulkan informasi berkaitan dengan cara memilih waktu untuk pagelaran suatu *event*. Menurut peneliti dalam menentukan waktu penetapan acara Dinas Pariwisata sudah menentukan waktu pelaksanaan acara, dimana pada awalnya Dinas Pariwisata sudah menentukan waktu awal pada tanggal 24 november 2016. Akan tetapi karena ada permasalahan pada saat itu dimana kondisi Gayo Lues masih dalam suasana pemilu maka panitia acara menyiapkan waktu cadangan yaitu pada tanggal 13 agustus 2017 karena dalam pemilihan tanggal tersebut keadaan di Gayo Lues sudah selesai dalam masa pemilihan kepala daerah dan sudah dalam keadaan yang stabil.

d. Menyusun anggaran event

Dalam menyusun anggaran *event* Dinas Pariwisata sudah membuat komponen-komponen yang dimasukkan di dalam anggaran *event* yang berguna untuk mensukseskan *event* tari Saman. Adapun komponen itu seperti biaya *sound system*, biaya pembuatan spanduk, logistik *event*, biaya untuk penyewaan hotel

tamu undangan dan lain sebagainya hal itu merupakan komponen yang sangat penting untuk membantu suksesnya *event* tari Saman.

e. Merealisasikan anggaran *event*

Dinas Pariwisata Gayo Lues sudah melaksanakan cara mengelola keuangan dalam merealisasikan anggaran. Adapun itu pertama mencatat setiap uang yang dikeluarkan dalam hal ini Dinas Pariwisata sudah mendata uang yang dikeluarkan dalam setiap merealisasikan anggaran. Mereka mencatat untuk apa-apa saja anggaran itu digunakan supaya memudahkan mereka untuk membuat laporan pertanggungjawaban disaat *event* selesai. Kedua siapa yang berwenang mengeluarkan uang. Untuk hal ini yang berwenang mengeluarkan dana ialah Dinas Pariwisata sebagai panitia acara yang dipertanggungjawabkan oleh Zulkifli selaku penanggung jawab keuangan, yang dimana setiap dana yang keluar beliau yang menandatangani. Ketiga mengetahui untuk apa uang itu dikeluarkan. Untuk hal ini dalam setiap pengeluaran dana *event* Dinas Pariwisata mencatat keperluan-keperluan *event* misalnya untuk keperluan *sound system*, panggung *event*, spanduk dan lain sebagainya sehingga dana dipakai diketahui untuk apa digunakan supaya kedepannya bisa dipertanggungjawabkan. Keempat mengetahui kapan uang itu dikeluarkan dalam hal ini Dinas Pariwisata sudah menetapkannya mereka mencatat semua tanggal pengeluaran keperluan mereka dengan tujuan supaya lebih tranparan dan bisa dipertanggungjawabkan dan memudahkan panitia untuk membuat laporan keuangannya. Terakhir adalah mengetahui bagaimana uang itu keluar. Dalam hal ini Dinas Pariwisata sudah menerapkannya dimana dalam pengeluaran dana mereka menggunakan dana tersebut untuk seluruh

keperluan *event* yang mereka butuhkan seperti dana penyewaan hotel tamu undangan, dana untuk penyewaan *sound system*, dana untuk melibatkan stasiun TV dan lain sebagainya

f. Pemasukan *event*

Keuntungan yang didapat Dinas Pariwisata hanya mendapatkan keuntungan berupa peliputan yang dilakukan oleh stasiun Inews TV yang menampilkan *event* saman ini secara *live*. Adapun keuntungan berupa materi Dinas Pariwisata tidak mendapatkannya, yang diuntungkan dari adanya *event* ini ialah para pedagang yang ada di Gayo Lues yang ketika *event* digelar dagangan mereka sangat laris terjual dan pengusaha penginapan yang dimana beberapa hari sebelum *event* digelar pemesanan kamar penginapan dipenuhi oleh para pengunjung yang berasal dari luar kota.

g. Menyiapkan sumber daya staff atau tim yang terlibat

Dinas Pariwisata Gayo Lues dalam menyiapkan sumber daya manusia sesuai dengan keahlian masing-masing dimana untuk tim keamanan mereka memberikan tanggung jawab kepada polisi dan Polri, begitu juga untuk tim kesehatan mereka bekerja saman Dinas Kesehatan untuk memberikan layanan kesehatan bagi pengunjung yang membutuhkan pertolongan ketika *event* berlangsung. Begitu juga dalam pembuatan gerakan dan *syair* mereka bekerja sama dengan tokoh-tokoh seni Gayo dan tim saman Dinas Pariwisata sebab mereka pihak yang mengerti dalam membuat gerakan dan *syair* tersebut sehingga tanggung jawab untuk tugas tersebut langsung diserahkan kepada mereka.

h. Peralatan dan logistik

. Dalam proses perencanaannya penyelenggara telah melakukan kerja sama dengan *suppliers* untuk kebutuhan *event*. Diantaranya seperti kebutuhan *sound system*, konsumsi, dan lain sebagainya. Untuk kebutuhan *sound system* caranya mereka melakukan kerja sama dengan menyerahkan uang muka sebagai tanda jadi dan memberi tahu kepada pihak terkait kapan kebutuhan itu akan diperlukan dan akan dibayar secara kontan ketika alat tersebut akan digunakan. Kemudian untuk Konsumsi panitia bekerja sama dengan jasa pembuat makanan yang ada di BlangKejeren, panitia memberikan dana yang telah disepakati kedua belah pihak untuk membuat makanan yang telah dipesan sesuai tanggal yang sudah disepakati. Untuk proses pengadaan untuk kebutuhan seperti *sound system*, konsumsi dan lain sebagainya sudah ada persetujuan dari pihak penyelenggara yaitu Dinas Pariwisata sehingga semua kebutuhan untuk *event* sudah disetujui sebelumnya. Kemudian dalam proses pengendaliannya Untuk *sound System* Dinas Pariwisata sebagai penyelenggara juga sudah menjalankan proses pengendalian yaitu dengan cara memberikan uang muka sebagai tanda jadi sesuai dengan tanggal yang sudah disepakati sehingga alat tersebut tidak bisa diganggu gugat oleh pihak lain. Untuk kebutuhan konsumsi panitia juga sudah menerapkan proses pengendalian dimana mereka sedari awal sudah memberikan dana sebagai tanda jadi untuk membuat kebutuhan konsumsi berupa kue kotak sebanyak kurang lebih 280 buah sehingga, kebutuhan tersebut bisa terealisasikan disaat *event* digelar. Khusus untuk LCD wall Dinas Parwisata mendapatkan bantuan dari Dinas Pariwisata Aceh sebanyak

tiga buah yang nantinya ditempatkan di area luar stadion untuk khusus untuk para pengunjung yang tidak bisa masuk ke dalam stadion. Begitu juga dengan paparan teori Evelina diatas dimana panitia acara dalam memenuhi logistik berupa makanan untuk tamu undangan dan para panitia sudah menyiapkannya berupa kue kotak yang berjumlah kurang lebih 280 kotak kue

i. Pemilihan lokasi *event*

Dinas Pariwisata sudah melakukan observasi berupa survei tempat untuk memilih lokasi yang cocok. Pilihan tersebut jatuh kepada stadion seribu bukit sebab stadion tersebut memiliki kapasitas stadion yang besar yang mampu manampung banyak pengunjung dan sudah dilengkapi dengan fasilitas berupa WC dan parkir yang luas sehingga poin tersebut menjadi nilai kepuasan tersendiri bagi pengunjung yang hadir dan rumput yang bagus sehingga memudahkan para penari untuk menarikan tari Saman.

j. Rencana Jadwal pemasaran

Dinas Pariwisata dalam membuat jadwal pemasaran sudah tepat . Adapun panitia memilih waktu jadwal pemasaran satu bulan sebelum acara dimulai adalah untuk memberikan informasi jauh-jauh hari kepada calon pengunjung melalui media yang mereka pilih seperti spanduk, baliho dan melalui media sosial seperti facebook dan instagram, sehingga mereka yang tertarik untuk hadir bisa mempersiapkan kebutuhan mereka masing-masing mengingat jarak antara kabupaten Gayo Lues dengan dengan kabupaten yang lain disekitar provinsi Aceh sangat jauh dan terkendala infrastruktur.

k. Menentukan target pasar

Dinas Pariwisata Gayo Lues tidak menggunakan target pasar khusus yang baik untuk *event* Tari Saman ini. Karena mereka pada dasarnya terbuka menampung semua pengunjung yang hadir baik itu dari Gayo maupun dari luar Gayo

l. Mempengaruhi target pasar

Dalam mempengaruhi target pasar Dinas Pariwisata Gayo Lues sudah menerapkannya dengan baik. Dimana dalam mempengaruhi target pasar Dinas Pariwisata Gayo Lues menggunakan media Facebook dan Instagram, brosur, baliho, dan spanduk sebagai media promosinya dengan membuat masing-masing konten seperti “Ayo Ke Gayo Sakisikan Tari Saman 10.001 penari” yang diharapkan dapat mengajak para calon pengunjung untuk turut hadir saat *event* digelar. Kemudian dalam meluaskan pemasaran Dinas Pariwisata Gayo Lues menurut peneliti sudah menerapkan langkah yang bagus dimana *event* Tari Saman ini mereka bekerja sama dengan pihak Inews TV untuk menyiarkan *event* ini secara langsung sehingga dapat dinikmati masyarakat luas dan Tari Saman secara langsung dapat dikenal masyarakat

m. Legalitas

Dinas Pariwisata Gayo Lues telah membuat legalitas acara dengan baik, dimana panitia acara mengirimkan surat perizinan pemakaian tempat ke Dinas Pemuda dan Olahraga untuk meminta perizinan lokasi stadion Seribu Bukit sebagai pemakaian lokasi acara. Setelah itu Dinas Pariwisata juga mengajukan

izin keramaian kepada polres Gayo Lues yang kemudian diteruskan ke kapolda Aceh supaya dari pihak polres bisa memberikan keamanan ketika *event* berlangsung nanti.

n. Materi Pementasan

Untuk membuat Materi pementasan sudah diterapkan oleh panitia acara dimana untuk *event* Tari Saman ini yang ditampilkan adalah grup Tari Saman dengan jumlah sebanyak 10.001 penari. Untuk memudahkan latihan penari Dinas Pariwisata membuat suatu panduan CD berupa gerak dan syair yang nantinya dibagikan ke setiap desa sebagai standar gerakan yang sudah ditentukan panitia acara.

o. Tata panggung dan dekorasi

Dinas Pariwisata sudah menerapkan tata panggung untuk *event* Tari Saman 10.001 penari ini. Hanya saja dalam penerapannya panitia dalam membuat tata panggung tidak berdasarkan dengan dengan jumlah penonton. Panitia acara dalam membuat panggung berdasarkan kebutuhan yang disesuaikan sebab panggung yang dibuat hanya dibutuhkan untuk penari yang berjumlah 15 penari yang fungsinya sebagai pengiring penari yang berjumlah ribuan sehingga panggung yang digunakan tidaklah besar.

Perihal untuk dekorasi panitia sudah mendekorasi panggung sesuai dengan materi yang dibutuhkan. Panitia dalam mendesain panggung mereka melapisi lantai panggung dengan karpet berwarna merah, hal ini menurut panitia dibuat agar lantai terlihat lebih rapi. Kemudian panitia acara juga melengkapi desain panggung dengan ornamen warna motif kerawang Gayo yaitu merah, kuning, dan

hijau yang merupakan warna khas kain kerawang yang juga merupakan warna motif dari baju penari saman.

p. Menentukan Tema

Dalam menentukan tema *event* Tari Saman 10.001 penari ini Dinas Pariwisata telah menentukan tema yaitu saman 10.001. Adapun dasar dari pemilihan tema tersebut adalah bagian yang diambil dari tujuan dari *event* tersebut yang akan menampilkan jumlah penari yang berjumlah 10.001.

Organizing (pengorganisasian)

a. Menentukan Struktur organisasi.

Dinas Pariwisata Gayo Lues telah membuat struktur organisasi yang meliputi pelayanan pendukung yaitu meliputi pelayanan terhadap produk barang dan jasa. Tersedianya produk dan jasa akan sangat akan membantu dalam kelancaran operasional *event*. Pada penyelenggaraan perayaan atau festival biasanya dihidangkan makanan dan minuman yang tentunya dikelola oleh bagian operasional pelayanan pendukung. Untuk divisi ini Dinas Pariwisata sudah menerapkannya dibawah seksi bagian konsumsi hanya saja produk yang ditawarkan berupa kue dan minuman hanya disediakan untuk para tamu undangan khusus yang yang sudah ditetapkan oleh panitia seperti gubernur, bupati, ketua DPRK beserta anggotanya dan para panitia acara. Kemudian operasional pelayan pengunjung. Divisi ini berfungsi untuk melayani pengunjung yang hadir seperti memberikan arahan pintu masuk maupun keluar ketika pengunjung memasuki tempat *event*. Dalam hal ini Dinas Pariwisata sudah menerapkannya dimana Dinas Pariwisata membuat divisi penghubung yang bertugas untuk Memberikan arahan

bagi tamu atau undangan yang membutuhkan pelayanan kepada seksi yang menangani sehingga dalam meminta bantuan para tamu undangan tidak mengalami kebingungan, kemudian panitia juga membuat seksi keamanan yang bertujuan untuk memberikan kawalan khusus kepada tamu undangan dimulai ketika saat akan menghadiri *event* Tari Saman 10.001 penari sampai *event* selesai. Kemudian divisi pemasaran yang berhubungan dengan masyarakat umum, sejak *event* dimulai direncanakan rencana pemasaran *event* juga sudah dimulai melalui pemilihan cara publikasi yang tepat. Dalam hal ini Dinas Pariwisata juga sudah menerapkannya dimana tugas untuk pemasaran diserahkan kepada seksi publikasi dan dokumentasi yang mana dalam *event* ini bertugas untuk melakukan promosi baik itu menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram ataupun dari spanduk, dan baliho yang disebar di pusat keramaian. Selain itu seksi publikasi juga melakukan dokumentasi kegiatan mulai dari awal sampai akhir *event*. Kemudian divisi keuangan yang pada umumnya bertugas untuk menangani anggaran, pembelian dan pendanaan dalam hal ini Dinas Pariwisata menerapkannya berada dibawah seksi sekretariat yang dimana salah satu dari tugas seksi sekretariat ini adalah membuat anggaran belanja yang dibutuhkan untuk *event* Tari Saman dan mencatat segala pengeluaran jumlah dana yang keluar.

b. Menjaring dan menseleksi sukarelawan.

Dalam menjaring sukarelawan Dinas Pariwisata menggaet masyarakat disekitar tempat acara. Adapun cara mereka menggaetnya ialah dengan menawarkan secara langsung kepada calon sukarelawan untuk diajak menjadi sukarelawan *event* Tari Saman 10.001 penari tersebut. Adapun cara ini dipilih

karena menurut mereka hal ini lebih mudah dan lebih cepat dalam menggaet calon sukarelawan dan para calon sukarelawan ini pun begitu antusias menerima tawaran tersebut. Untuk seleksi Dinas Pariwisata tidak menerapkan seleksi untuk para calon sukarelawan. Sebab panitia acara dalam menggaet sukarelawan mereka terbuka dan menerima siapa saja yang mau untuk menjadi sukarelawan *event*.

c. Memotivasi karyawan dan sukarelawan

Motivasi yang diberikan oleh Dinas Pariwisata yaitu, Dinas Pariwisata memberikan uang (gaji) kepada setiap karyawan yang bekerja untuk mensukseskan *event* Tari Saman 10.001 sebab uang yang diberikan sebagai gaji karyawan dapat memberikan semangat karyawan didalam bekerja sehingga tujuan *event* dapat tercapai dengan baik. Adapun Motivasi untuk sukarelawan Dinas Pariwisata tidak sekedar mengucapkan terima kasih seperti yang diutarakan teori Noor di atas, dalam memotivasi karyawan Dinas Pariwisata memberikan uang saku untuk sarapan kepada sukarelawan sebagai bentuk menghargai kerja sukarelawan selain itu Dinas Pariwisata juga memberikan sertifikat kepada sukarelawan sebagai penghargaan panitia kepada kinerja sukarelawan selama bekerja disaat *event* berlangsung.

***Actuating* (pelaksanaan)**

a. Koordinasi antar panitia

Koordinasi yang dilakukan Dinas Pariwisata sudah bagus dimana mereka selalu mengontrol persiapan acara dengan melakukan rapat panitia yang dihadiri seluruh seksi-seksi acara yang sudah dibentuk, adapun ini dilakukan dengan tujuan untuk mempersiapkan *event* dengan sematang mungkin dan dari rapat

tersebut bila ada kesulitan yang didapat setiap anggota seksi acara akan mencari jalan keluarnya sehingga pelaksanaan acara berjalan dengan baik.

b. Pelaksanaan *event*.

Dalam mengurus rekor MURI Dinas Pariwisata Gayo Lues sudah dengan baik bekerja sama dengan pihak MURI, dimana dalam mengurus pencatatan rekor MURI mereka menghubungi pihak MURI dan memberikan proposal kegiatan mereka sebagai syarat untuk mengurus pencatatan rekor MURI untuk mengurus *event* Tari Saman ini agar dicatat dalam buku MURI sebagai tarian dengan jumlah penari terbanyak yang ada di Indonesia bahkan dunia dengan jumlah penari sebanyak 10.001 penari.

Controlling

Untuk evaluasinya Dinas Pariwisata Gayo Lues membuat laporan pertanggung jawaban. Adapun Isi garis besar laporan pertanggungjawaban yang dibuat oleh Dinas Pariwisata ialah mulai dari pra *event* dan pasca *event*. Hal ini sudah di terapkan oleh Dinas Pariwisata dimana di dalam laporannya mereka menjelaskan kegiatan pra *event* mereka seperti dalam mempersiapkan *event*, panitia mencetak jumlah baliho yang dibuat dan di sebarkan ketempat titik yang sudah ditentukan oleh panitia. Kemudian menjadi bahan evaluasi. Poin ini juga sudah diterapkan oleh Dinas Pariwisata dimana dalam evaluasi yang mereka buat mereka mengevaluasi dari segi acara dimana jika *event* Tari Saman selanjutnya akan digelar, mereka mempercepat arus transportasi peserta saman yang berasal dari kabupaten yang jauh dari lokasi acara, sehingga masalah keterlambatan yang mereka hadapi selama *event* berlangsung bisa tidak terulangi lagi. Kemudian

untuk evaluasi kedua Untuk *event* selanjutnya panitia acara juga mengusulkan Tari Saman ini bisa dipegang oleh tim koreografer yang handal. Jadi dalam gerakan saman bisa terlihat lebih baru dan dinamis. Lalu Dinas Pariwisata juga mencantumkan laporan keuangan yang mereka buat dimana mereka mencatat keuangan yang mereka keluarkan selama persiapan *event* supaya dana yang mereka keluarkan yang berasal dari dana daerah bisa mereka pertanggungjawabkan dan transparan. Adapaun laporan keuangan ini kemudian diserahkan kepada badan pengawas keuangan daerah sebagai pengontrol dana *event* Tari Saman 10.001 penari.

D. PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diambil kesimpulan bahwa:

Dalam perencanaan *event* Tari Saman terdiri dari menentukan tujuan, pencarian informasi dan mengumpulkan informasi, menyusun anggaran, merealisasikan anggaran, menetapkan sumber pemasukan, menyusun staff yang terlibat, merencanakan peralatan dan logistik, menentukan tempat lokasi, rencana jadwal pemasaran, target pasar, mempengaruhi target pasar, legalitas, merencanakan materi pementasan, tata panggung dan dekorasi, dan menentukan tema. Dari perencanaan tersebut Dinas Pariwisata Gayo Lues sebagai penyelenggara acara tidak menerapkan pencarian informasi dengan menyebarkan kuesioner berupa masukan kepada masyarakat untuk meminta ide masukan untuk penyelenggaraan *event* tari Saman, kemudian Dinas Pariwisata Gayo Lues tidak mengambil keuntungan berupa materi dari *event* Tari Saman ini dan Dinas Pariwisata tidak

memetakan target pasar secara khusus mereka terbuka untuk pengunjung yang hadir untuk menyaksikan *event* Tari Saman 10.001 penari. Selebihnya dari perencanaan Dinas Pariwisata sudah menerapkan semua komponen perencanaan yang ada di atas.

Dalam pengorganisasian Dinas Pariwisata sudah menerapkan divisi-divisi dalam kepengurusan *event* operasional pelayanan pengunjung, operasional pelayanan pendukung, marketing, administrasi dan keuangan dimana divisi-divisi tersebut dibagi menjadi beberapa seksi panitia. Kemudian untuk sukarelawan *event* Dinas Pariwisata Gayo Lues juga sudah menggaet sukarelawan yang berasal dari daerah terdekat lokasi *event* untuk membantu suksesnya *event* Tari Saman 10.001. Adapun yang tidak dilakukan oleh Dinas Pariwisata ialah tidak menseleksi calon sukarelawan yang direkrut untuk membantu panitia *event*.

Untuk pelaksanaan *event* Tari Saman 10.001 Dinas Pariwisata Gayo Lues juga sudah menerapkan gladi resik untuk persiapan penari Saman, dimana gladi dilakukan dua kali yaitu pada saat H-10 dan H-2. Kemudian untuk persiapannya pihak panitia sudah memeriksa persiapan setiap kegiatan dimana pihak panitia sudah mempersiapkan tempat dari pihak Inews TV untuk menyorot *event* Tari Saman secara langsung. Kemudian konfirmasi setiap kegiatan dimana panitia sudah mengingatkan para penari saman melalui surat yang disebar ke setiap kecamatan untuk menghadiri *event* pada saat hari penyelenggaraan *event* pukul 7 pagi. Lalu periksa media yang meliputi kegiatan hal ini juga sudah dilakukan Dinas Pariwisata dimana mereka sudah mengundang Inews TV untuk menyorot *event* Tari Saman ini secara langsung.

Pada tahap Controlling Dinas Pariwisata sudah membuat laporan pertanggungjawaban dimana dalam laporan tersebut Dinas Pariwisata sudah menjelaskan mengenai kegiatan jalannya *event*, mencantumkan evaluasi *event* dan mencatat arus keuangan selama *event* berlangsung.

Saran untuk panitia

- Sebaiknya Dinas Pariwisata membuat studi kelayakan untuk para calon berupa kuesioner pengunjung untuk meminta saran dan ide masukan dari mereka.
- Sebaiknya Dinas Pariwisata merencanakan sumber pemasukan dari *event* ini misalnya seperti menjual produk di sekitar lokasi *event* yang berkaitan dengan *event* saman agar pemasukan yang didapat bisa dialihkan pada kegiatan lain yang berkaitan dengan kegiatan Dinas Pariwisata.
- Untuk *event* Tari Saman ini sebaiknya panitia membuat target pasar secara khusus agar *event* Tari Saman ini memiliki nilai jual yang tinggi.
- menggaet sponsor untuk pendanaan *event* supaya dana *event* yang berasal dari dana pemerintah daerah bisa disalurkan ke sektor yang lain.

B. Saran untuk penelitian selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya peneliti menyarankan agar mengambil judul penelitian strategi promosi Tari Saman dengan pendekatan kualitatif.

E. DARTAR PUSTAKA

Alan, Abdullah, Iqbal. 2009. *Manajemen Konferensi dan Event*,
Yogyakarta: Gadjah Mada University Press)

Any, Noor 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta

Any, Noor 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta

Evalina, Lidia. 2005. *Event Organizer Pameran*. Jakarta: PT Indeks

Girard, Joer H. Brown Stanley .1991. *Teknik Menjual Yang Efektif*. Jakarta:
Erlangga.

Gollbatt, Joe. 2002. *The Willey Event Manajemen Series, 3 Edition*. New
York: John Willey & Sons, inc

Hafidz, Ibnu, Novel. 2017. *Chief Event Organizer*. Yogyakarta: Gaya
Media.

—————. 2007. *Mengulik Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Gava
Media

Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah*.
Jakarta: Haji Mas Agung

J. Moleong Lexy. 1997. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja
Rosdakarya.

Junaidi, Ghony M dan, Almansyur Fauzan. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Kennedy, John E. 2009. *Manajemen event*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer Prenhalindo.

Kennedy, E. John. dan, R. Dermawan Soemanegara. (2009). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer

Kimpling, Suseno, Indro. 2009. *Untung Besar Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta. Penerbit Indonesia Cerdas.

Marie, Grey, Anne & Skildum, Reid, Kim (2006). *Event Sponsorship*. Jakarta: PPM

Subarkah. 2016. *Negeri Seribu Budaya*, Yogyakarta : Tunas Gemilang Press.

Moedjanto, G. 1992. *Sejarah Nasional Indonesia*, Jakarta : Grasindo.

Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

—————. 2008. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Moleong, Suryawan. 2002 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Muhammad, As'adi. 2009. *Cara mudah promosi murah dan efektif*,
Yogyakarta: Gerai ilmu
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event Alternatif Jitu pasar-pasar*,
Jakarta: PT Elex Media
- R. Terry, George .1993. *Prinsip-prinsip manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen public relations dan media komunikasi*.
Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Said, Mohammad. *Aceh Sepanjang Abad*. Medan: Harian Waspada
- Sulaksana, Uyung .2003. *Integrated Marketing
Communications*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Said, Mohammad. *Aceh Sepanjang Abad*. Medan: Harian Waspada
- Soekartawi. 1993. *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*. Jakarta:
Pustaka Sinar Harapan
- Usman, Husaini. 2010. *Manajemen Teori, Praktek, dan Riset Pendidikan*.
Jakarta: Bumi Aksara.
- Wibowo, Agus Prabu. 2013. *Banjir Uang Dengan bisnis Event Organizer
dan Wedding Organizer*. Yogyakarta : Flash Books
- Winardi. 1989. *Strategi pemasaran*. Bandung. Mandar maju.

Jurnal

Akbar, Djuni. 2012. Proses Manajemen Logistik Pagelaran Seni Budaya Indonesia *Channel* 2011. *Epigram*, Vol. 9, No. 2. 97-103.

Arifin, Muhammad. 2016. Islam dan Akulturasi Budaya Lokal di Aceh. *Islam Futura*, Vol. 15, No. 2. 251-254.

Getz, Donald. 2008. Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Journal Tourism Management*, Vol. 29. 403-428.

Kongrat, Ety, Ariantanto, Magdalena. 2011. Model Strategi Promosi Stand Pameran Pada Perusahaan PCO (*Professional Conference Organizer*). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 10, No.2. 163-167

Hartono, Nugroho, Ajie, Dida, Susanne, Hafiar, Hanny. 2016. Pelaksanaan *Special Event* Jakarta Goes Pink oleh Love Pink Indonesia. *Komunikasi*. Vol.10 No. 02, 161-172.

Ubaidillah, Fitriana, Saghifa. 2018. Strategi Bauran Pemasaran Freeze Communication Dalam Event Pameran Kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Khazanah Ilmu*. Vol.9. No.1. 56-62

Samsuni. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Al Falah*, Vol. 17, No. 17. 113-124

Rachman, Abdul, dan Utomo, Udi. 2018. Sing Penting Keroncong Sebuah Inovasi Pertunjukkan Musik Keroncong di Semarang. *Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni*, Vol. 3, No. 1, 47-63

Wati, Evelina, Widya. 2013. Keterlibatan Event Stakeholders Pada Keberhasilan Event PR. *Humaniora*, Vol. 4. No. 1. 274-286

Tjiong, Fei, Lie dan Siagian, Hotlan. 2018. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap, Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Pada CV Union *Event Planner. Agora*, Vol 6, No 1. Hal. 1-6.

Internet

<http://www.wisataleuser-gayolues.com/mengenal-lebih-dekat-tari-saman-dari-gayo-lues.html>

<http://iloveaceh.org/3876/2014/11/13/5005-penari-saman-massal-di-hari-saman/>

<http://travel.kompas.com/read/2017/01/13/120300927/10.001.orang.akan.tampilkan.tari.saman.di.gayo.lues.aceh>

[http://travel.kompas.com/read/2017/01/13/120300927/10.001.orang.akan.tampilkan.tari.saman.di.gayo.lues.aceh,](http://travel.kompas.com/read/2017/01/13/120300927/10.001.orang.akan.tampilkan.tari.saman.di.gayo.lues.aceh)

[http://aceh.tribunnews.com/2017/10/10/pacuan-kuda-resmi-dibuka,](http://aceh.tribunnews.com/2017/10/10/pacuan-kuda-resmi-dibuka)
<http://lintasgayo.co/2017/11/17/ini-pemenang-festival-musik-etnik-modern-gayo-lues-tahun-2017>

<http://baranewsaceh.co/29-tim-sepak-bola-perebutkan-piala-bupati-gayo-lues/>

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=NCNhYyimCjs>

<http://www.bbc.com/indonesia/trensosial-40915336>.

<http://regional.kompas.com/read/2017/08/14/20163481/berita-megahnya-tari-saman-kolosal-di-gayo-lues> foto-

<https://www.google.com/search?q=stadion+seribu+bukit&safe=strict&client=firefox->

<https://www.google.com/search?q=stadion+seribu+bukit&safe=strict&client=firefox->

[https://www.google.com/search?q=stadion+buntul+nege&safe=strict&client=firefox-\)](https://www.google.com/search?q=stadion+buntul+nege&safe=strict&client=firefox-)