

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Event Organizer merupakan sebuah perkumpulan yang bergerak di bidang biro jasa atau bisnis jasa. *Event organizer* tidak jauh berbeda pengertiannya dengan sebuah kepanitiaan. *Event organizer* mempunyai ruang lingkup kerja yang luas, sesuai dengan jenis event yang ada dan perkembangannya. *Event Organizer* membantu pihak-pihak yang berminat untuk mengadakan *event* seperti *launching product*, *company gathering*, *anniversary*, *exhibitions*, seminar, promosi, *talkshow* dan sebagainya, mulai dari tahap persiapan sampai dengan *event* berjalan lancar dengan baik. Melihat begitu luasnya lingkup kerja yang tercipta dari *event organizer*, menjadikan *event organizer* sebagai salah satu alternatif profesi yang banyak menampung tenaga kerja.

Di Indonesia, bisnis *event organizer* sudah berkembang pesat. *Event organizer* mulai populer sekitar tahun 1980an. Hal ini ditandai dengan hebohnya acara Bursa Orang Muda (BOM) yang dimotori oleh teman-teman Radio Pambors Jakarta. Kemudian acara BOM berlanjut dengan melakukan *roadshow* ke beberapa daerah di Indonesia lewat ajang kreasi anak muda yang bertajuk “Muke Gile” dengan Sersan Pambors-nya (Sys NS, Pepeng, Nana Krip, dan Krisna Purwana). *Event Organizer* semakin populer lagi pada tahun 1998 paska era krisis dimana begitu

banyak tenaga kerja yang keluar dari perusahaan tempatnya bekerja dengan berbagai alasan. *Event organizer* menjadi alternatif pekerjaan pasca era krisis di masa itu.

Di Yogyakarta, *event organizer* juga menjadi sebuah bisnis yang mulai dilirik banyak kalangan. Bukan hanya dari kalangan anak muda yang tengah mencari kerja, tetapi juga para profesional yang telah bekerja mapanpun mulai terpesona untuk menjadikan *event organizer* sebagai peluang bisnis baru. Perkembangan *event organizer* di Yogyakarta ditandai dengan banyaknya *event* besar dari ibukota yang dilaksanakan oleh *event organizer* lokal. Dengan munculnya berbagai *event organizer* lokal di Yogyakarta, menjadikan persaingan bisnis di bidang jasa ini semakin kuat. Setiap *event organizer* berlomba – lomba untuk menjadi yang terbaik dan dikenal dengan membuat beragam acara serta mengikuti berbagai tender.

Festival atau *event* harus memiliki strategi agar dapat diterima dan tepat sasaran dalam menentukan target audiens. Kreatifitas merupakan hal yang sangat penting dan mutlak dimiliki dalam suatu proses pembuatan *event*. Dengan adanya unsur kreatifitas dapat membuat suatu *event* tampil beda secara konsep maupun penyampaiannya, sehingga pesan dalam *event* tersebut yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat. 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*, dan

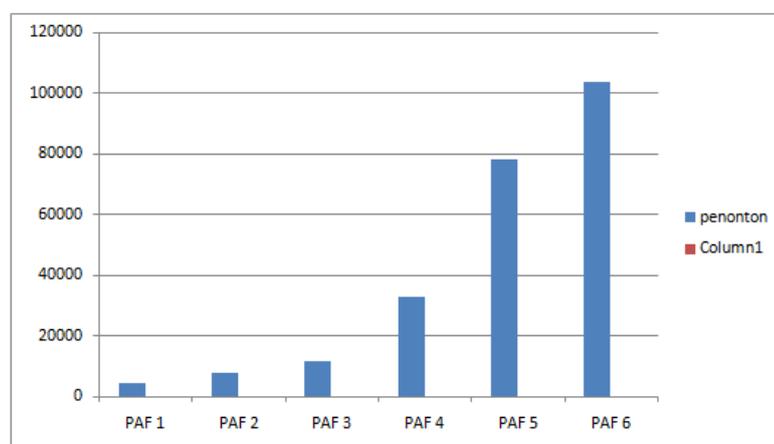
sponsorship olahraga untuk merengkuh efek khusus pada audiens pada *audiens* sasaran.

Baik-buruknya suatu event bergantung kepada pihak internal dalam mengelola sebuah acara dan mengorganisir sumberdaya yang bekerja terhadap sebuah acara yang dilakukan. Jika internal gagal dalam memanejerial sesuatu event, dapat berakibat buruk terhadap citra penyelenggara atau produk itu sendiri. Misalnya saja yang terjadi pada event lockstock 2 yang gagal diselenggarakan oleh pihak event organizer. Kegagalan atau kekacauan yang terjadi membuat ketua panitia melakukan aksi bunuh diri. Seperti dikutip dari **Kapanlagi.com** - Gelaran Locstock (*Local Stock*) yang seharusnya digelar pada 25 dan 26 Mei 2013 di Stadion Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta kemarin berakhir dengan tragedi memilukan. Karena kurang matangnya konsep acara, ketua panitia, Bobby Yoga memilih bunuh diri dengan menabrakkan diri pada kereta api. (<http://musik.kapanlagi.com/berita/ini-penyebab-gelaran-locstock-festival-kacau-dd4ec6.html>) di akses pada tanggal 9 maret 2015, jam 21.57 wib.

Berbeda dengan event Loctsock, keberhasilan event tahunan Putih Abu-abu Futsal yang telah diselenggarakan sejak tahun 2011 terus mengalami peningkatan baik secara peserta maupun pengunjung hingga tahun 2016. Melihat perkembangan olahraga futsal yang cukup pesat, maka CV. *PAF Production* cukup peka untuk mengadakan suatu event yang dapat menyalurkan bakat serta minat pelajar SMA sederajat yaitu dengan mengadakan event futsal yang dinamai Putih Abu-abu Futsal.

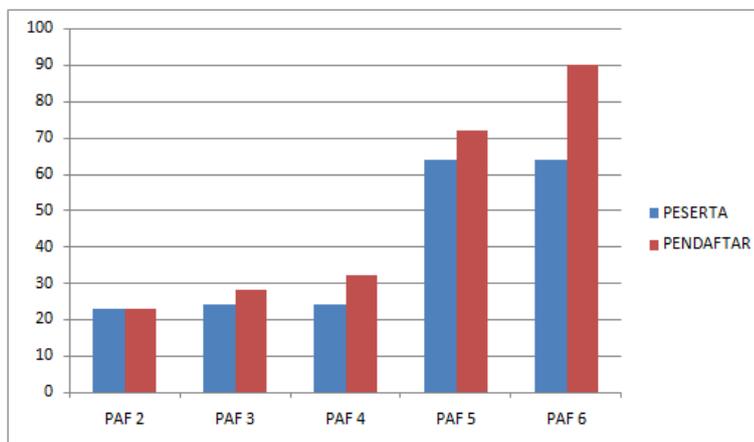
CV. Putih Abu-Abu Production merupakan salah satu *event organizer* yang sedang berkembang di Yogyakarta. *Event organizer* yang berdiri dengan nama Qita Organizer ini terbentuk di akhir tahun 2009. CV. Putih Abu-Abu Production menjadi salah satu *event organizer* yang turut bersaing dalam bisnis *event organizer* di Yogyakarta. CV. Putih Abu-Abu Production merupakan *event organizer* yang bergerak di bidang olah raga dan menjadi salah satu promotor terbentuknya event futsal SMA se-Yogyakarta yang bersaing secara sistem dan kualitas dengan *event futsal* lain. CV. Putih Abu-Abu memunculkan brand Putih Abu-Abu Futsal atau lebih dikenal dengan PAF yang diadakan satu kali setiap tahunnya. Dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016, Putih Abu-Abu Production telah menggelar 6 kali event PAF. Jumlah penonton yang hadir setiap tahunnya pun mengalami peningkatan yang cukup fantastis untuk event yang diselenggarakan oleh *event organizer* lokal seperti CV. Putih Abu-Abu Production.

Tabel 1.1 jumlah Pengunjung dari tahun 2011-2016



Sumber: Arsip PAF production

Tabel 1.2 Jumlah pendaftar dan peserta 2011-2016



Sumber: Arsip PAF production

Dari tabel 1.1 dan tabel 1.2 di atas dapat dilihat jumlah penonton dan pendaftar peserta terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut tentu tidak akan tercapai tanpa adanya perencanaan yang baik dalam menyelenggarakan sebuah *event*. Peningkatan jumlah penonton dan peserta merupakan indikator keberhasilan event tersebut. Handoko (1995:86) menyebut bahwa ihwal utama dalam sebuah perencanaan adalah mengetahui tentang tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa depan. Tujuan adalah sebagai acuan dalam menyusun strategi dan program, karena pada dasarnya strategi dan program merupakan cara yang dipilih untuk mencapai tujuan. Keberhasilan event Putih Abu-Abu Futsal ini tidak terlepas dari penyelenggara CV. PAF Production sebagai Pengelola Agenda Tahunan atas Abu-abu Futsal.

“Event yang dilakukan mempertimbangkan pemilihan tempat pelaksanaan, konsep dan waktu acara menjadi faktor-faktor yang penting keberhasilan acara Putih Abu-Abu Futsal”. (Sumber dari

hasil wawancara dengan CEO CV. PAF Production Theodorus Danang, Pada tanggal 10 maret 2017 jam 13.27 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara pra survey yang dilakukan dengan CEO PAF production menjelaskan ada banyak faktor yang membuat event ini berhasil. Beberapa diantaranya yaitu tempat pelaksanaan, konsep dan waktu acara. Dalam pelaksanaan *event* futsal tahunan ini, PAF production selaku penyelenggara memiliki tema-tema yang berbeda setiap tahunnya. Tema-tema tersebut diharapkan mampu memberi sesuatu yang menarik terhadap penyelenggaraan TJ-PAF. Disisi lain penyelenggaraan PAF memiliki tantangan dari segi keamanan.

Sisi keamanan menjadi tantangan utama dalam penyelenggaraan PAF tiap tahunnya, dikarenakan keterlibatan massa yang sangat besar seperti para siswa dan alumni SMA yang ikut serta baik sebagai penonton maupun peserta. Dimana hal ini memiliki kerentanan jika dilihat dari fenomena sosial yang ada di Kota Yogyakarta seperti klitih yang masih marak terjadi. Akan tetapi, para panitia penyelenggara dapat melaksanakan kegiatan event ini berlangsung dengan baik. Bahkan pada tahun 2013 sebagai bentuk apresiasi terhadap pelaksanaan *event* futsal terbesar di Indonesia mantan Menteri Pemuda dan Olahraga (Menpora) Roy Suryo memberikan piagam penghargaan pada event TJ-PAF.

Gambar 1.1 Piagam Penghargaan dari Menteri Pemuda dan Olahraga



Sumber: Arsip dan Dokumentasi PAF production

Berdasarkan *point-point* yang dijabarkan di atas, dilihat dari keberhasilan dalam menarik pengunjung, menjaga keamanan acara, dan konsep yang kreatif yang dapat diterima oleh pasar. Oleh karenanya, penulis mengajukan untuk melakukan penelitian Manajemen Event Tribuna Joga- Putih Abu-Abu Futsal(TJ-PAF) Oleh CV. PAF *Production* Pada Tahun 2016.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis merumuskan “bagaimana Manajemen Event Tribuna Jogja Putih Abu-Abu Futsal (TJ-PAF) Oleh CV. PAF *Production* dalam meningkatkan pengunjung Pada Tahun 2016?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atau mendeskripsikan manajemen event Tribun Jogja Putih Abu-abu futsal (TJ-PAF) oleh CV. PAF production dalam menarik pengunjung pada tahun 2016.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan masukan bagi kajian teori komunikasi khususnya dalam melakukan manajemen event bagi para akademisi.

2. Manfaat Praktis

a. *Bagi Putih Abu-abu Production*

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam melakukan manajemen event bagi panitia pelaksana penyelenggara Tribun Jogja Putih Abu-abu Futsal (TJ-PAF).

c. *Bagi Peneliti*

Sebagai sarana dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan sebagai pengembangan teori yang diperoleh selama menempuh pendidikan di dunia akademik yang kemudian dikomparasikan ke dalam dunia praktis.

E. Kerangka Teori

1. Manajemen event

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan dalam waktu tertentu, diluar keseharian seorang, baik budaya, adat, tradisi, agama, maupun organisasi yang mempunyai tujuan sebagai pencerahan, perayaan, hiburan, maupun tantangan bagi sekelompok manusia. Hal ini sesuai dengan teori dari Sulaksana (2003:83) yang menyatakan bahwa *event* merupakan suatu peristiwa-peristiwa yang dibuat untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada *audiens*. Selain untuk mengkomunikasikan pesan, *event* juga dapat digunakan sebagai suatu sarana untuk mewujudkan tujuan dari penyelenggara.

Johnny Allen (dalam Abdullah, 2009:47) mendefinisikan *event* sebagai ritual istimewa, pertunjukkan, penampilan yang pasti direncanakan dan dapat dibuat untuk acara khusus, atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama. Noor (2009:7) mendefinisikan *event* sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting, baik secara individu atau kelompok.

Berpijak pada kedua definisi tersebut, peneliti mengartikan bahwa *event* merupakan sebuah kegiatan bisa berwujud atraksi ritual keagamaan, tradisi, budaya, olahraga, dan lain sebagainya yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar

mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara.

Banyak ahli yang menempatkan *event* sebagai media komunikasi. Pendapat ini misalnya merujuk pada Schmitt (2010:63) yang menempatkan *event* sebagai media komunikasi pemasaran yang fokus pada pengalaman konsumen yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk berinteraksi secara langsung dengan perusahaan merek, dan komunitas. Sulaksana (2003:40) yang menjelaskan bahwa *event* merupakan salah satu instrumen komunikasi *below the line* yang banyak digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada khalayaknya. Ruslan (2007:141-142) menjelaskan bahwa *event* merupakan pengembangan aktivitas *public relations* sebagai salah satu media komunikasi untuk menarik perhatian dan liputan media pers dan umum terhadap lembaga atau produk tertentu yang ditampilkan.

Event Management dapat didefinisikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif. Kegiatannya meliputi konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan. Dalam *event management*, semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan kegiatan yang sesuai dengan harapan. Sangatlah diperlukan kekompakan pada setiap orang yang terlibat dalam tim.

Menurut Duncan (2005:74), tujuan diadakanya *event* adalah:

- a. Mempengaruhi khalayak sasaran.
- b. Mengasosiasikan sebuah merek dengan suatu kegiatan, gaya hidup, atau individu tertentu.
- c. Menjangkau target sasaran yang lebih luas.
- d. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek, produk, atau perusahaan.
- e. Mempublikasikan sebuah merek, produk, atau perusahaan yang nantinya akan meningkatkan pengetahuan khalayak.

Dengan adanya *event* yang nantinya akan terjadi suatu kebanggaan daerah tersebut yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, maka ada keuntungan yang akan diperoleh, apalagi jika tujuan khususnya untuk menarik pengunjung, seperti yang telah dijelaskan diatas, maka tentunya berdampak besar pada bidang ekonomi, yang satu sama lain saling berkaitan. Berikut beberapa dampak positif pada sisi ekonomi yang timbul dari penyelenggaraan *event* adalah:

- a. Banyak penyelenggaraan dilakukan di daerah, sehingga satu kali kegiatan, daerah tujuan juga ikut dipromosikan. Saat ini mulai banyak event diselenggarakan di daerah yang masih belum banyak dikenal masyarakat, penyelenggaraan *event* akan membantu mempromosikan daerah tersebut selain sebagai tempat penyelenggaraan *event*, juga sebagai daerah tujuan wisata.

- b. *Event* merupakan suatu kegiatan yang dapat menarik turis untuk berkunjung. Jenis *event* yang diselenggarakan akan meningkatkan pengeluaran wisata dan lama tinggal di daerah tujuan yang sedang diselenggarakan *event*. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan pendapatan bagi daerah diselenggarakannya *event*. Pemerintah biasanya menggunakan *event* sebagai atraksi wisata yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang.
- c. Sebagai dampak ekonomi yang muncul dari *event*, jumlah pengeluaran turis terbagi pada biaya perjalanan, akomodasi, restoran, belanja dan pelayanan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata.
- d. Peningkatan jumlah lapangan kerja yang terjadi karena adanya *event*. Pekerjaan yang tersedia pun beragam dan dapat dikerjakan oleh orang dari berbagai kalangan usia dan jenis keterampilan.
- e. Karena banyaknya penggunaan barang yang diperlukan untuk terlaksananya *event* didatangkan dari luar negeri, maka peningkatan juga terjadi di sektor pajak (Noor, 2009:36).

Dalam prakteknya, seringkali ditemukan banyak event yang tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Penyebab utamanya adalah buruknya faktor manajemen. Praktek manajemen menunjukkan bahwa fungsi atau kegiatan manajemen (*planning, organizing, actuating,*

controlling) secara langsung maupun tidak langsung selalu bersangkutan dengan unsur manusia, *planing* adalah manajemen ciptaan manusia, *organizing* mengatur unsur manusia, *actuating* adalah proses menggerakkan manusia-manusia anggota organisasi, dan *controlling* diadakan agar pelaksanaan manajemen selalu dapat meningkatkan hasil kerjanya (Widiyanti, 2004:10).

2. Perencanaan Event

Perencanaan sebuah event hendaknya ketahuilah dulu tujuan yang ingin disampaikan kepada target. Tujuan dari event nantinya akan berdampak untuk dapat mengetahui bagaimana keberhasilan event dapat mempengaruhi untuk dapat menyaksikan merek dari produk atau jasa yang akan dikenalkan. Perencanaan event yang akan diselenggarakan hendaknya dipikirkan secara matang agar nantinya pelaksanaannya tidak meleset dari yang telah direncanakan. Hal paling awal dalam perencanaan adalah membuat *draft* rencana event, yaitu mengumpulkan sebanyak mungkin ide yang masuk dan mengidentifikasi isu utamanya. Selanjutnya ide ini didiskusikan dan disusun secara sistematis oleh komite penyelenggara event untuk mendapat masukan dari beberapa penasihat. Setelah mendapatkan sebuah ide untuk dikembangkan dan dilaksanakan, tahap awal perencanaan adalah riset, yaitu pendekatan terhadap lingkungan penyelenggaraan kegiatan dan pencarian informasi.

Menurut Suseno (2009:46), terdapat beberapa hal yang perlu direncanakan dalam pembuatan event yaitu:

a. Lokasi Pementasan

Lokasi penyelenggaraan sangat menentukan kesuksesan dari sebuah event. Langkah pertama dalam perencanaan event adalah menentukan lokasi. Lokasi yang tepat ditentukan dari konsep event seperti apa yang akan dijalankan, kestrategisan tempat, dan bagaimana fasilitas yang tersedia di lokasi tersebut. Penentuan lokasi akan ikut menentukan berapa banyak pengunjung atau peserta yang datang. Selain itu penyelenggaraan *event* mempengaruhi atmosfer suasana pertunjukan untuk mempengaruhi emosi penonton. Selain itu, pemilihan waktu yang tepat juga menentukan kesuksesan dari suatu *event*.

b. Nama Pementasan

Penyusunan sebuah *event* selanjutnya adalah menentukan nama dari *event* tersebut. Nama yang mampu mempresentasikan apa yang ingin disampaikan dalam event tersebut. Nama *event* mempunyai pengaruh terhadap penonton ataupun sponsor, sehingga harus dipikirkan serius dengan mencari alternatif yang memungkinkan sebanyak mungkin. Kemudian merumuskan apa tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan *event* tersebut, dan juga melakukan perhitungan anggaran yang dibutuhkan

selama *event* berlangsung, agar semua kebutuhan dalam pembuatan *event* dapat terpenuhi sehingga dapat berjalan dengan baik.

c. Materi Event

Perencanaan materi juga perlu mendapatkan perhatian dalam merancang sebuah *event*. Materi dari sebuah *event* berupa perencanaan awal pementasan target pengunjung, tema dan konsep dari sebuah acara. Selain itu juga menentukan siapa saja pengisi acara yang terlibat dengan tema *event* yang telah dibuat.

d. Promosi

Promosi adalah kunci kesuksesan dari sebuah *event*. Untuk itu promosi yang dilakukan harus menarik perhatian masyarakat, inovatif, kreatif, dan persebaran yang merata sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dengan demikian semakin banyak jumlah penonton yang ditargetkan, maka akan semakin banyak pula alokasi dana serta kuantitas alat-alat dan media promosi yang digunakan.

e. Panggung dan Dekorasi

Faktor lain dari sebuah kesuksesan *event* adalah penggunaan dekorasi dan tata panggung yang menarik. Dengan demikian tata panggung harus menjadi perhatian bagi penyelenggara agar *event* yang digelar lebih terlihat menarik. Akan tetapi yang

diperhatikan adalah kesesuaian dekorasi dan tata panggung dengan konsep dan tema acara. Panggung yang baik harus mampu menjelaskan dan menegaskan tema dan konsep dari event itu sendiri.

f. Tata Suara dan Lampu Penampil

Pada tampilan ini syarat *event* yang baik bersifat teknis. Peralatan, tata lampu, dan audio, akan sedikit banyak mempengaruhi asumsi khalayak terhadap sebuah *event* sehingga tetap harus diperhatikan dan dipersiapkan secara matang agar memiliki kualitas yang baik.

g. Klimaks Susunan Acara

Penyusunan jadwal acara secara detail mutlak dilakukan dalam penyelenggaraan *event*. Hal ini penting dilakukan agar tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan. Penyusunan ini juga memudahkan bagi pengisi acara untuk mempersiapkan diri

3. Pelaksanaan Event

Pada saat pelaksanaan, jika pelaksanaan semakin tepat dengan perencanaan semula maka akan semakin sukses sebuah *event* tersebut (Bertrik, 2006:62). Namun pada saat hari H sering terjadi hal-hal diluar dugaan kita. Jika sebuah *event* secara keseluruhan dapat dilalui dengan mulus, segala kekurangan dan hambatan tidak diketahui pihak selain panitia, acara itu telah dianggap sukses. Biasanya bila terjadi hal-hal diluar dugaan tim harus tetap tersenyum dan segera mencari solusi kreatifnya.

Menurut Pudjiastuti, sebelum *event* dilaksanakan, manajer acara harus melakukan persiapan dengan meneliti kesiapan terhadap setiap komponen yang terlibat. Komponen-komponen tersebut antara lain (Pudjiastuti, 2010:87):

- a. Periksa persiapan setiap kegiatan (bagian publikasi, bagian pameran, bagian konsumsi, hiburan dan lain sebagainya)
- b. Rekonfirmasi setiap pihak yang akan terlibat (keamanan, catering, pengisi acara, MC, parkir, bagian teknis dan lain sebagainya)
- c. Periksa ketersediaan dan kesiapan pakai setiap fasilitas yang dibutuhkan (toilet, tempat parkir, kondisi AC, ruang pertemuan, kursi meja, penerangan, fasilitas untuk media, dan sebagainya)
- d. Periksa media yang akan meliput kegiatan (media apa saja yang akan meliput, personal media yang akan datang, baik secara cetak maupun elektronik)
- e. Periksa sponsorship (kompensasi yang akan diberikan kepada pihak sponsor dan dana atau produk yang dijanjikan pihak sponsor)
- f. Periksa kondisi panggung, pameran dan tempat pelaksanaan acara seperti dekorasi, kekuatan panggung dan listrik).

Pada tahapan ini biasanya segala perencanaan dalam event tersebut mulai untuk dieksekusi. Anggota tim akan melaksanakan rencana yang

telah dirancang pada tahap planning. Oleh karena itu meneliti kembali setiap komponen yang terlibat sangat penting untuk dilakukan. Salah satu kegiatan yang biasanya dilakukan untuk melihat kesiapan pelaksanaan event adalah dengan melakukan gladi bersih. Pudjiastuti (2010:88), menyatakan bahwa gladi bersih adalah kegiatan yang mencoba dan mengecek apakah setiap komponen kegiatan telah siap. Maka dari itu melakukan gladi bersih merupakan langkah yang sangat penting.

Jumlah pihak yang terlibat juga mempunyai pengaruh pada saat penyelenggaraan *event*. Karena semakin banyak orang yang terlibat akan semakin sulit juga untuk melakukan koordinasi. Bekerja dalam tim memerlukan koordinasi yang baik agar pelaksanaan *event* mendapatkan hasil yang baik juga. Namun menurut Goldbatt (2002, dalam Pudjiastuti, 2010:97) ada beberapa hal yang harus menjadi perhatian saat melakukan koordinasi, yaitu faktor komunikasi, kepentingan pribadi, komitmen, kepercayaan dan kerjasama. Selain beberapa faktor diatas, Pudjiastuti menambahkan beberapa faktor antara lain: tanggung jawab, disiplin, dan dukungan pimpinan (Pudjiastuti, 2010:97).

4. Evaluasi

Tahapan ini merupakan penilaian atau *review event* yang telah dijalankan. Penilaian tersebut berkaitan dengan kesesuaian *event* dengan perencanaan sebelumnya. Disini kita bisa melihat kesuksesan atau kegagalan dalam penyelenggaraan *event*, serta faktor-faktor yang

mempengaruhi hasil tersebut. Tahapan ini penting dilakukan karena dapat digunakan juga sebagai acuan untuk *event* selanjutnya.

Evaluasi ditujukan untuk mendapatkan *feedback* dari seluruh *team* tentang kelebihan dan kekurangan *event* yang telah diselenggarakan, sehingga dapat untuk meningkatkan pelaksanaan *event* yang akan datang. Evaluasi yang dilakukan setelah acara dilangsungkan secara internal sekaligus merupakan acara pembubaran panitia (Bertrik, 2006:47-48).

Selain itu penilaian terhadap efektifitas program, implementasi perencanaan, sampai tercapai atau tidaknya tujuan *event*, ditentukan dari penilaian hasil evaluasi. Evaluasi sendiri sebenarnya terdiri atas tiga jenis:

- a. *Pre-event evaluation*, merupakan evaluasi yang biasanya dilakukan sebagai suatu analisis kelayakan atau digunakan untuk mengevaluasi konsep.
- b. *The monitoring and control process*, biasanya dilakukan selama masa implementasi kegiatan *event* yang bertujuan memastikan kesesuaian perencanaan dan pelaksanaan *event*.
- c. *Post-event evaluation*, merupakan evaluasi yang ditujukan untuk menilai hasil akhir pelaksanaan *event* dan bagaimana cara mengembangkan *event* (Allen et al, 2010:492).

Evaluasi pasca *event* ditujukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesuksesan suatu *event*. Selain itu juga dapat dilakukan sebagai upaya untuk mengevaluasi tim dalam proses koordinasi atau *organizing event*, dan juga memberikan informasi dari hasil observasi bagi *event* yang akan dilaksanakan selanjutnya. Hal itu dapat dilakukan dengan hasil data dan analisis yang obyektif dari *event* yang telah dilaksanakan.

Oleh karena itu penting adanya untuk dilakukan evaluasi pasca penyelenggaraan *event*. Karena selain sebagai alat untuk identifikasi dan evaluasi dari *event* yang telah berlangsung. Data dan hasil analisis tersebut juga dapat digunakan sebagai bahan informasi ketika organisasi akan melanjutkan atau mengadakan suatu *event* baru.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini mementingkan makna dan tidak ditentukan oleh kuantitasnya. Data yang diperoleh berwujud kata-kata dalam kalimat atau gambar yang mempunyai arti lebih dari sekedar angka atau jumlah. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Moeloeng, 2004:11). Dalam penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak mengkaji hipotesa atau membuat prediksi, karena lebih memfokuskan pada analisis Manajemen event PAF yang diselenggarakan oleh Putih Abu-abu production Yogyakarta pada tahun 2016.

Data deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang didapatkan dari informan atau lainnya sehingga peneliti bisa menganalisis dan menginterpretasikan gambaran atau penjelasan yang dituju. Dalam penelitian ini peneliti hanya bertindak sebagai pengamat, yang hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatat selama observasi digunakan. Penelitian deskriptif ditujukan untuk:

- a) Mengumpulkan informasi secara terperinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b) Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek.
- c) Membuat perbandingan atau evaluasi
- d) Menentukan apa yang harus dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 1992:25)

Dengan demikian metode deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan yang sedang berlangsung. Tujuan dalam menggunakan metode ini adalah menggambarkan suatu keadaan sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala itu, atau dengan kata lain penelitian ini dapat dipahami sebagai sesuatu penelitian yang berupaya untuk menerangkan fakta yang ada.

Analisisnya mengacu pada kegiatan manajemen *event* oleh PAF production pada tahun 2016.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor PAF Production, Jl. Kadipaten Kidul 1a, Yogyakarta

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) dan Dokumentasi yang terkait dengan strategi pemasaran.

a. Wawancara Mendalam (*indepth interview*)

Indepth Interview is conducted to explore issues, personal biographies, and what is meaningful to or valued by, participants, how they feel about particular issues, how they look particular issues, their attitudes, opinion and emotions (Louis Cohen L. M., 2011).

Wawancara mendalam digunakan untuk menyelidiki persoalan biografi seseorang, penilaian oleh masyarakat bagaimana mereka merasakan, melihat, terhadap persoalan yang sedang terjadi, sikap, pendapat, dan emosi terhadap permasalahan. Syarat seorang informan yaitu harus jujur, taat pada janji, patuh pada peraturan, suka berbicara, tidak termasuk anggota salah satu kelompok yang bertikai dalam latar penelitian, dan mempunyai pandangan tertentu tentang peristiwa yang terjadi (Moelong, 2004:132). Adapun kriteria

sampel sebagai sumber data atau sebagai informan (Sugiyono, 2013:454) adalah sebagai berikut:

- 1) Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayatinya.
- 2) Mereka yang tergolong sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
- 3) Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi.
- 4) Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil 'kemasannya' sendiri.
- 5) Mereka yang pada mulanya tergolong 'cukup asing' dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Berdasarkan kriteria yang disebutkan, Adapun informannya adalah:

- 1) *CEO PAF* yaitu Theoderoeus Danang, *CEO PAF* memiliki peran dalam Pengambil keputusan utama di dalam semua hal yang berhubungan dengan pengembangan organisasi seluruh kegiatan Putih Abu-Abu Production.
- 2) Direktur Acara dan Creative PAF, Direktur Acara dan Creative PAF berperan dalam penanggung jawab seluruh acara PAF, Konsep, Produksi dan Pemasaran.

3) Pengunjung, pengunjung yang dipilih setidaknya telah mengikuti event PAF minimal 3 pertandingan dan menjadi bagian suporter tim .

b. Dokumentasi

Kegiatan mengumpulkan data, baik dari dokumen divisi public relations, laporan tahunan, buku-buku maupun literatur yang relevan. Peneliti juga menggunakan penelusuran data-data online. Penelusuran dilakukan melalui media internet seperti internet, yang menyediakan fasilitas online sehingga memungkinkan peneliti dapat memperoleh data informasi berupa data dan juga informasi teori yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Bungin, 2007:125). Dalam penelitian ini, digunakan beberapa media dokumentasi yang dapat mendukung perolehan data yang mendukung dan melengkapi. Jenis dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu buku atau laporan pemasaran yang telah dilakukan PAF *production* periode 2016.

4. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Analisa Kualitatif yaitu analisis terhadap data yang diperoleh baik secara primer maupun sekunder dalam bentuk utama

dan tidak menggunakan kaidah-kaidah statistik. Tujuan analisis data menurut Sutopo (2002:91) adalah:

a. Reduksi

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisa yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data dari *fieldnote*. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian. Bahkan prosesnya diawali sebelum pelaksanaan pengumpulan data. Artinya, reduksi data sudah berlangsung sejak penelitian mengambil keputusan (meski mungkin tidak menyadari sepenuhnya) tentang kerangka kerja konseptual.

b. Sajian data

Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan peneliti dapat dilakukan. Sajian ini merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga dibaca, akan mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisa ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut. Sajian data harus mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada. Sajian data ini

merupakan narasi yang disusun dengan pertimbangan permasalahan dengan menggunakan logika penelitian. Sajian data selain dalam bentuk kalimat, juga dapat berbagai jenis matriks, gambar atau skema, jaringan kerja berkaitan kegiatan, dan juga tabel sebagai pendukung narasinya. Semuanya dirancang guna merakit informasi secara teratur.

c. Penarikan simpulan dan verifikasi data

Simpulan akhir tidak akan terjadi sampai pada waktu proses pengumpulan data berakhir. Simpulan perlu verifikasi agar cukup mantap dan benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Perlu dilakukan aktifitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat, memungkinkan sebagai akibat pikiran kedua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali sebentar pada catatan lapangan. Verifikasi juga dapat yang dilakukan dengan lebih mengembangkan ketelitian. Dengan usaha yang lebih luas yaitu dengan melakukan replikasi dalam satuan data yang lain.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya dalam penelitian ini bahwa proses analisis dilakukan semenjak data awal dikumpulkan. Oleh karena itu kesimpulan yang ditarik pada awalnya bersifat sangat tentatif atau kabur. Agar kesimpulan lebih “grounded” maka verifikasi dilakukan sepanjang penelitian. Hal ini dimaksudkan

untuk menjamin tingkat kepercayaan hasil penelitian, sehingga prosesnya berlangsung sejalan dengan *member check* dan triangulasi

5. Validitas Data

Teknik yang digunakan peneliti dalam memvalidasi data menggunakan teknik triangulasi data sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan : (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Patton dalam Moeloeng, 2004:178). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan triangulasi dengan metode membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara guna untuk mendapatkan kajian yang sesuai.

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran.