

# **SKRIPSI**

## **MANAJEMEN EVENT MAULID ADAT BAYAN DI LOMBOK UTARA TAHUN 2015**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**AGUS IBRAHIM  
20120530094**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
YOGYAKARTA  
2016**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pulau Lombok terletak di Provinsi Nusa Tenggara Barat, terkenal dengan keindahan Gunung Rinjani dan Pantai Senggiginya yang menawan. Di luar itu, pulau nan indah di sebelah timur pulau Bali ini juga menyimpan bukti sejarah perkembangan Islam yang teramat tua, dan masih terawat dengan baik hingga kini. Dengan kapasitas pulau Lombok yang tidak begitu besar, pulau ini juga memiliki potensi dalam bidang budaya. Budaya yang terdapat pada pulau Lombok itu sendiri seperti: budaya yang beragama, budaya dalam pertanian, budaya dalam kesenian dan budaya yang lainnya.

Lombok Utara adalah salah satu kabupaten dari beberapa kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki berbagai wisata alam maupun tradisi budaya lokal yang melekat sebagai *icon* tersendiri dari kabupaten tersebut, selain di kenal dengan wisata alamnya Lombok Utara juga sangat dikenal oleh banyak orang dengan budayanya yang unik juga yang tidak kalah dengan budaya kabupaten lain di NTB maupun di provinsi lainnya. Lombok Utara juga didukung dengan berbagai promosi dan *event* yang bertujuan untuk membangun daerah wisata di Lombok Utara. *Event-event* tersebut terdiri dari Siell, Maulid Adat, Lebaran Adat, Gili Vestival, *event-event* tersebut sering dilakukan oleh Dinas terkait baik dari Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata. *Event* tersebut diselenggarakan satu

tahun sekali, dampak dari *event* tersebut dapat menarik wisatawan karena terbilang sangat unik yang tidak ada di daerah lain yaitu *event* Maulid Adat.

Desa Bayan merupakan satu-satunya daerah yang masih kuat dengan budaya dan tata adatnya jika dibandingkan dengan daerah-daerah lain yang ada di sekitar pulau Lombok, hanya saja untuk kedepannya budaya dan tata adat yang berlaku atas kesepakatan, komunitas masyarakat adat Bayan terancam mengalami pengikisan sedikit demi sedikit. Masyarakat Bayan sendiri sebenarnya sudah dapat memahami serta menerima budaya yang masuk dari berbagai unsur-unsur yang dapat mempengaruhi budaya desa Bayan itu sendiri. Akan tetapi masyarakat Bayan belum mampu menghindari pengaruh perkembangan globalisasi yang semakin meningkat dari waktu ke waktu (Fitriya, 2004).

Maulid Adat adalah tradisi Maulid Nabi ala adat Bayan ini berjalan selama dua hari. Para pelaksana prosesi “Maulid Adat Bayan” terdiri dari warga Desa Loloan, Desa Anyar, Desa Sukadana, Desa Senaru, Desa Karang Bajo dan Desa Bayan Beleq, yang semua desa tersebut merupakan kesatuan wilayah adat yang disebut Komunitas Masyarakat Adat Bayan. Perhitungan berdasarkan ‘*Seret*’ (Syari’at) Adat Gama di Bayan. “Mulid Adat Bayan” dilaksanakan pada dua hari setelah ketetapan Kalender Islam Maulid Nabi tanggal 12 Rabi’ul Awal tepatnya dimulai pada tanggal 14-15 Rabi’ul Awal, Komunitas Masyarakat Adat *Sasak Karang Bajo*, Kecamatan Bayan Lombok Utara sejumlah masyarakat adat bersiap-siap melakukan rangkaian acara perayaan Maulid Nabi yang digelar secara adat, masyarakat setempat biasa menyebutnya dengan *Maulid Adat*. Sejak pagi hari masyarakat Adat Bayan berbondong-bondong menuju kampung yaitu desa asli

atau area yang pertama didiami oleh suku Sasak Islam Bayan, mereka menyerahkan sebagian sumber penghasilannya dari hasil bumi seperti padi, beras ketan, kelapa, sayur-sayuran, buah-buahan, dan hewan ternak beserta *batun apa* (uang) dapat dilihat di gambar

Gambar 1

### Penyerahan Hasil Bumi



Sumber : Dokumentasi pribadi, tahun 2015

dan menyatakan nazarnya kepada *Inan Menik* yaitu seorang perempuan yang menerima hasil bumi dari para warga nantinya hasil bumi tersebut akan diolah menjadi hidangan (sajian) untuk dihaturkan kepada ulama dan tokoh adat Sasak Bayan dikeesokan hari pada hari kedua Maulid Adat, hal ini adalah bentuk rasa syukur warga atas penghasilannya, kemudian *Inan Menik* memberikan tanda di dahi warga adat dengan *mamaq* dari sirih sebagai ritual penandaan anak adat yang disebut *Menyembeq*.

(Wawancara Bapak Rinom “KadisKebudayaan”, 27/09/2015)

*Pemaliq Leket* adalah sesuatu yang tabu untuk dilakukan, apabila dilanggar maka akan berdampak kepada kemalangan bagi pelanggarnya. Dalam bahasa Sasak pada umumnya juga disebut *Tulah Manuh* atau Kualat. Ketaatan masyarakat adat Bayan terhadap adat dan agama itu terlihat pula saat mengunjungi tempat tinggal para pimpinannya. Misalnya untuk memasuki kampung yang dihuni tokoh agama (*Maq Lebe dan Inaq Lebe*) dan tokoh Adat (*Maq Lokaq dan Inaq Lokaq*) siapapun dia harus mengenakan pakaian adat Sasak Bayan seperti sarung, ikat kepala (*sapuq*) dan tanpa baju bagi para pria, serta semacam kemben (Jawa) untuk wanita. Selain itu komunitas adat Bayan juga dilarang memakai pakaian dalam dan perhiasan.

([wisatadilombok.com/2015/01/prosesi-dansejarha-maulid-adat-bayan](http://wisatadilombok.com/2015/01/prosesi-dansejarha-maulid-adat-bayan).)

Adapun acara yang ada dalam prosesi *event* Maulid Adat pada hari pertama yang disebut *Kayu Aiq* di dalam prosesi *kayu aiq* ini banyak kegiatan ritual yang menurut masyarakat setempat wajib dilakukan yaitu *balen unggun, bisok rantok, ngalu gerantung, menantu, tunggal*, penjemputan gong, *buang unggun, ngangelet dan umbul-umbul, perisean/temitian*.

Pada hari kedua prosesi ini dinamakan *gawe* acara *gawe* ini adalah acara puncak acara dan di *gawe* ini ada beberapa macam prosesi yang dilakukan yaitu *menyembelih, bisok menik, pengaluan payung agung, pembuatan ancak, mangageq, praja mulud, bisok berugak agung, majang, membelonyo, meriap dan melusut*. Dapat dilihat di Gambar.

Gambar 2

## Pembersihan *Meniq*



Sumber : Dokumentasi Pribadi Tahun 2015

Arus globalisasi saat ini telah menimbulkan pengaruh terhadap perkembangan budaya bangsa Indonesia. Derasnya arus informasi dengan telekomunikasi ternyata menimbulkan sebuah kecenderungan yang mengarah terhadap memudarnya nilai-nilai pelestarian budaya. Budaya Indonesia yang dulunya ramah tamah, gotong royong, dan sopan santun berganti dengan budaya yang individualisme yang mengurangi rasa sosial yang terjadi dikalangan masyarakat Indonesia khususnya. Sebagian besar generasi muda sekarang ini sudah tidak lagi memiliki ketertarikan terhadap kesenian daerah dan tradisi upacara adat yang begitu kental yang menjadi ciri khas daerah. Padahal sebenarnya seni itu indah dan mahal. Kesenian adalah aset Indonesia. Sebagai tunas muda hendaknya memelihara seni budaya kita untuk masa depan anak cucu. Padahal kebudayaan daerah tersebut, bila dikelola dengan baik selain dapat menjadi pariwisata budaya yang menghasilkan pendapat untuk pemerintah baik pusat maupun daerah, juga

dapat menjadi lahan pekerjaan yang menjanjikan bagi masyarakat sekitarnya. Dampak dari *event* Maulid Adat ini dapat menarik angka wisatawan asing maupun lokal untuk mengunjungi daerah lombok khususnya lombok utara sendiri. *Event* Maulid adat ini juga sekaligus menjadi media promosi bagi pemerintah daerah lombok utara untuk meningkatkan jumlah pengunjung dari wisatawan asing yang ada di lombok Utara. Dapat dilihat dari angka data wisatawan asing maupun lokal yang menginap di hotel maupun homestay di Lombok Utara

**Tabel 1**

Daftar Pengunjung Wisatawan

WISATAWAN			
TAHUN	WISNU	WISMA	JMLH
THN 2015	67.664	553.603	621.267
THN 2014	55.544	447.797	503.341
THN 2013	52.663	434.207	486.870
THN 2012	43.165	383.804	426.969
THN 2011	31.511	306.135	337.646

Sumber : ( Dinas Pariwisata Lombok Utara)

*Event* maulid adat bayan ini mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan dengan *event* yang lainnya adapun keunikannya :

Keunikan *event* Maulid Adat ini yaitu:

1. Melakukan perayaan dengan tradisi budaya atau adat di dalamnya dilakukan selama dua hari berturut-turut, dengan adanya *event* Maulid Adat ini juga dapat membangun perhatian wisata asing berkunjung di Lombok Utara sekaligus memperkenalkan baju adat Jong yaitu pakaian

adat Bayan yang dipakai menuju masjid Bayan tanpa menggunakan alas kaki sekaligus melestarikan kebudayaan atau adat yang diturunkan oleh nenek moyang suku Sasak Bayan.

2. Pelaksanaan proses Maulid Adat masyarakat Bayan telah dilakukan secara turun temurun yang merupakan tradisi leluhur antung, bayar nazar, menutu (menumbuk padi), menampik beras, bisuk menik (cuci beras) yang hanya dilakukan perempuan suci hingga pada prosesi *mengangek* atau menata hidangan pada tempat yang dibuat dari rautan bambu yang disebut ancak.
3. Lebih menjunjung tinggi kekeluargaan dilihat dari cara prosesinya bergotong-royong mencari bahan untuk begawe dan dikhususkan kepada pemuda (bajang) *dees* (desa), inilah yang sangat membedakan dengan budaya atau tradisi pada umumnya dan dibandingkan dengan *event* yang ada di Lombok Utara seperti siell, lebaran adat, gili festival lebih menonjolkan konsep yang modern dan cenderung mengurangi nilai kebudayaan di daerah, *event* Maulid Adat Bayan ini sangat diminati oleh para wisatawan karena *event* ini hanya berada di Lombok Utara dan tidak biasa ditemukan di daerah lain baik itu di Lombok Barat, Lombok Tengah, dengan prosesi yang unik dan memakan waktu yang lama dibandingkan dengan *event* lain. (Wawancara Bapak Rianom “Kadis Kebudayaan” 12/10/2015).

Oleh sebab itu, peneliti menulis penelitian ini agar kita dapat mengetahui dan mendiskripsikan manajemen *event* Maulid Adat Suku Sasak Bayan sehingga



dapat menyadarkan para pemuda pemudi agar melek dalam pelestarian budaya sebagai ciri khas daerah. Kita tidak akan kalah dengan budaya di era globalisasi ini, sehingga kedepannya dapat menjadi wisata budaya yang dapat menarik perhatian wisata asing melalui *event* Maulid Adat Bayan ini.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penulisan skripsi ini dapat dirumuskan dalam satu pertanyaan sebagai berikut: “Bagaimana *Management Event* Maulid Adat di Lombok Utara Tahun 2015?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci tentang:

1. Manajemen *event* Maulid Adat di Lombok Utara.
2. Faktor penghambat dan pendukung *event* Maulid Adat di Lombok Utara.
3. Tanggapan masyarakat tentang *event* Maulid Adat.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis.

1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan referensi ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya untuk manajemen *event*.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat dan bahan pertimbangan bagi masyarakat pada umumnya dan pihak organisasi atau pemerintah daerah pada khususnya dalam bidang manajemen *event*

## E. Kajian Teori

Kerangka teoritis adalah dukungan dasar teoritis sebagai dasar pemikiran dalam rangka pemecahan masalah yang dihadapi peneliti. Kerangka teoritis adalah bagian dari penelitian, tempat penelitian memberikan penjelasan tentang hal-hal yang berhubungan dengan variabel pokok, subvariabel, atas pokok masalah yang ada dalam penelitiannya.

### 1. Promosi

Menurut Rhendal Kasali (1992: 11) pengertian promosi lebih dimaksudkan sebagai promosi penjualan, yakni promosi berupa display, hadiah, kupon, dan lain-lain yang langsung disediakan di berbagai jalur distribusi. Adapun William J Stanton dalam (Nana Herdiana, 1997: 155) promosi adalah salah satu dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Dalam sebuah promosi, akan banyak sekali alat (*tools*) yang mendukung suksesnya sebuah kegiatan promosi. Dijelaskan di sini terdapat bauran

komunikasi pemasaran (disebut juga bauran promosi) yang terdiri dari lima kiat utama menurut Kotler (1999).

- a. Pengertian: semua bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.
- b. Pemasaran langsung: penggunaan surat, telpon, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi dengan atau mendapat respon dari pelanggan dan calon pelanggan tertentu.
- c. Promosi penjualan: intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian barang atau jasa.
- d. Hubungan masyarakat dan publisitas: berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi cerita perusahaan atau produk individualnya.
- e. Penjualan personal: interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan penjualan.

Hal-hal yang dijalankan harus memperhatikan unsur keefektifitasannya (Kotler, 1999).

- a. Mengidentifikasi Audien Sasaran

Dalam mengkomunikasikan pemasarannya, peran komunikator harus dimulai dari penentuan audience sasaran yang jelas. Bentuknya adalah dapat berupa individu, kelompok, publik tertentu, atau publik umum. Bagian terbesar dari analisis audience adalah memperkirakan kesan audience sekarang terhadap perusahaan produknya dan pesaingnya.

b. Menentukan tujuan komunikasi

Setelah target pasar diidentifikasi, peran komunikator berkembang menjadi penentuan audience. Respon terakhir tentunya adalah pembelian (dalam hal ini adalah mengunjungi *event*) dan kepuasan.

c. Merancang pesan

Merumuskan pesan membutuhkan pemecahan empat masalah yaitu apa yang dikatakan, bagaimana mengatakan secara logis, bagaimana mengatakan secara simbolis, dan siapa saja yang harus mengatakannya.

d. Memilih saluran komunikasi

Saluran komunikasi terdiri dari dua jenis, yaitu personal dan non personal. Saluran personal melibatkan dua atau lebih orang yang langsung berkomunikasi satu sama lain. Sementara saluran komunikasi non personal menyampaikan pesan tanpa kontak personal atau interaksi saluran ini meliputi media, suasana, dan pariwisata.

e. Mengatur dan mengolah komunikasi pemasaran yang terintegrasi

Konsep ini sering disebut juga IMC, yaitu akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menjangkau pelanggan yang tepat dengan pesan yang tepat pada waktu yang tepat dan di tempat yang tepat. Dasar kegiatan promosi adalah komunikasi, dimana proses ini bertujuan untuk mempengaruhi seseorang dalam menarik perhatian, agar setelah itu dapat bertindak seperti yang diharapkan oleh komunikator.

## **2. Event**

*Event* menurut Shone dan Parry dalam (Anny Noor, 2002: 7) adalah “*special event are that phenomenon arising from those non-routine occasions which have leisure, cultural, personal, organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain, or challenge the experience of a group of people*”, yang artinya bahwa *event* merupakan fenomena yang timbul dan kesempatan yang tidak rutin, budaya, pribadi, atau tujuan organisasi terpisah dan aktivitas kehidupan normal sehari-hari, yang bertujuan untuk mencerahkan, meraukan, menghibur, atau tentang pengalaman sekelompok orang.

*Event* merupakan salah satu kegiatan yang efisien dan efektif dalam satu kegiatan promosi. Selain itu *event* juga mempunyai nilai lebih yang mampu meningkatkan volume penjualan yang bertujuan akhir pada keuntungan perusahaan atau organisasi. Suatu perusahaan atau organisasi semakin pintar memanfaatkan *event* sebagai media untuk membangun *awareness* dan *brand image*-nya dalam pikiran khalayak. *Event* biasanya lebih menarik perhatian besar dari masyarakat dari pada media-media yang lain.

Menurut Getz , 1997: 9) *Those non routine occasions set apart from the normal activity of daily life a group of people*. Kegiatan ini dapat dikatakan sebagai *special event*, karena keunikan dari *event* dan diselenggarakan dengan cara-cara tertentu, seperti pada perayaan tradisional atau upacara tradisional (pernikahan, pemakaman, upacara, pemberian gelar bangsawan).

*Event* adalah media komunikasi untuk menciptakan koneksi antara model dengan pelanggan seperti pepatah kuno “Tak Kenal Maka Tak Sayang”. *Event* dirancang bukan hanya mengenalkan brand kepada pelanggan baru namun juga mengikatkan loyalitas pelanggan lama melalui kegiatan berformat interaktif dan eksperimental.

*Event* didefinisikan sebagai suatu kesatuan kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal yang penting sepanjang hidup manusia baik secara individu ataupun kelompok yang terkait dengan adat, budaya. Tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2009:7). Terdapat kategori dan unsur mengenai *event* yang terbagi menjadi empat menurut Shone dan Parry (dalam Any Noor, 2009: 7).

a. *Leisure Event*

Even ini telah berkembang sejak bangsa Roma menyelenggarakan kegiatan gladiator. Pada saat *leisure event* lebih cenderung berdasarkan kegiatan olahraga, dimana kegiatan yang sama memiliki unsur pertandingan di dalamnya dan mendatangkan banyak pengunjung pada even tersebut. Dengan semakin berkembangnya teknologi telah memberi dampak warna baru pada *leisure event*, misalnya pada setiap empat tahun sekali penyelenggara Olympiade selalu muncul ide baru pada setiap tahunnya dan menggunakan tema yang disesuaikan dengan tempat penyelenggaraan yang sedang berlangsung.

b. *Personal Event*

Merupakan unsur lain yang membentuk *special event* yang termasuk di dalamnya adalah segala bentuk kegiatan yang terlibat anggota keluarga atau teman. Personal even antara lain meliputi pesta ulang tahun, pernikahan, dan perayaan-perayaan pribadi lainnya.

c. *Cultur Event*

Termasuk unsur yang membangun *special event*. Budaya selalu identik dengan upacara adat dan tradisi yang memiliki nilai sosial tinggi dalam tatanan masyarakat sehingga penyelenggaraan saat ini menjadi sangat penting.

#### d. *Organizational Event*

Merupakan kegiatan besar pada setiap organisasi. Pada unsur ini bentuk *event* yang diselenggarakan tentunya disesuaikan dengan tujuan organisasi, misalnya konferensi yang diselenggarakan oleh organisasi politik, berupa pameran yang diselenggarakan perusahaan pameran telepon genggang atau berupa pameran dagang bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk barunya.

### **3. Manajemen *Event***

*Event* manajemen 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. Noor (2009: 7) mendefinisikan *event* sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting, baik secara individu atau kelompok. Sehingga semakin terlihat bahwa *event* adalah bentuk alternatif dari pengenalan suatu budaya maupun tempat wisata yang berorientasi pada pendapatan dan eksistensi dari daerah tempat berlangsungnya *event* tersebut.

Menurut Basu Swasta (2000: 6) dalam proses manajemen dibagi menjadi lima tahapan sebagai fungsi management yaitu:

a. Perencanaan (*Planning*)

Fungsi perencanaan mencakup penetapan tujuan dan standar, penentuan aturan dan prosedur pembuatan rencana dan peramalan apa yang akan terjadi.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Fungsi pengorganisasian meliputi pemberian tugas yang terpisah kepada masing-masing bawahan, membentuk bagian-bagian mendelegasikan wewenang kepada para bawahan, menetapkan jalur wewenang dan komunikasi dan mengkoordinir kerja bawahan.

c. Penyusunan (*Staffing*)

Fungsi ini meliputi penentuan jenis orang seperti apa yang perlu dipekerjakan, menarik calon karyawan, memilih karyawan, menentukan standar kerja, menilai hasil kerja, melatih dan mengembangkan karyawan.

d. Memimpin (*Leading*)

Fungsi memimpin ini meliputi membuat orang lain melakukan pekerjaan, mempertahankan moral karyawan, mendorong karyawan dalam bekerja, menciptakan situasi yang baik.

e. Pengawasan (*Controlling*)

Fungsi terakhir manajemen ini mencakup persiapan standar, seperti kuota penjualan, standar kualitas atau tingkat produksi, pengecekan untuk mengetahui hasil kerja sesungguhnya dibandingkan dengan standar-standar tersebut, dan pengambilan tindakan koreksi yang diperlukan.

Dalam prakteknya, seringkali ditemukan banyak *event* yang tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Penyebab utamanya adalah buruknya faktor



managemen. Praktek manajemen menunjukkan bahwa fungsi atau kegiatan manajemen ( planning, organizing, actuating, controlling) secara langsung maupun tidak langsung selalu bersangkutan dengan unsur manusia, planning adalah proses penggerakan manusia-manusia, anggota, organisasi, dan controlling diadakan agar pelaksanaan manajemen selalu dapat meningkatkan hasil kerjanya ( Widiyanti,2004:10).

Menurut Allen (2010: 60) dalam bukunya “*Festival dan Spesial Event Management*” pengelola *event* harus mempertimbangkan konflik yang bisa ditimbulkan oleh *event* itu sendiri dan mampu mengidentifikasi serta memprediksi konflik yang dimungkinkan terjadi kemudian mengelola semua itu hingga pada akhirnya *event* bisa berakhir dengan efek yang positif bagi semua pihak. Untuk mencapai semua itu, pengelola *event* harus membangun dan memaksimalkan nilai-nilai positif yang diketahui sejak awal, dan meminimalisir potensi-potensi negatif yang nantinya dapat mengganggu jalannya *event*. Terkadang nilai-nilai negatif apabila dibiarkan akan mempengaruhi *awareness* dari masyarakat sehingga hal terburuknya mereka tidak akan datang di *event* berikutnya, sehingga perencanaan yang baik harus selalu dikedepankan. *Event* selalu menghasilkan dampak positif dan negatif bagi semua aspek yang berhubungan didalamnya. Masyarakat sekitar dengan kebudayaan mereka yang terlibat akan mendapatkan pengalaman baru dan meningkatkan kebanggaan mereka atas daerah mereka yang notabene sebagai tempat dilaksanakannya *event* tersebut.

Dijelaskan oleh (Getz , 2008: 403) dalam bukunya “*Event Tourism, Definition, Evaluation and Research*” melalui penyelenggaraan even sebuah kota dapat

mengkomunikasikan keunikan atau kekhasan yang dimiliki. Penjelasan nya sebagai berikut: bentuk *event* sangatlah beragam, salah satunya adalah festival. Festival adalah bentuk *event* yang lebih bertujuan 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 spesifik (Goldbatt , 2002: 11).

Seiring berjalannya waktu dan pemahaman akan *event* mulai diserap di setiap kalangan, penyelenggaraan festival semakin mudah kita temukan. Hampir setiap kota diseluruh negara memiliki suatu festival khas yang diharapkan mampu menarik minat wisatawan untuk menjunjung daerah tersebut.

- 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 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 satie attractions*). Melalui kegiatan *event* dapat ditunjukkan segala bentuk atraksi yang merupakan ajang aktivitas dan kreativitas pelaku *event*.

- d. *Event* sebagai penggerak tumbuhnya pembangunan sektor lain (*catalyst for otherdevelopment*). Melalui *event*, pertumbuhan sektor lain secara tidak langsung tumbuh untuk melengkapi kegiatan *event* dilaksanakan.

#### **4. Perencanaan *Event***

Menurut Any Noor (2009: 103) merencanakan kegiatan merupakan aspek paling penting dalam penyelenggaraan *event*. Dalam perencanaan terhadap banyak hal yang sangat kompleks, terdapat banyak kebutuhan diluar dugaan dan tidak jarang apabila diselenggarakan oleh organisasi, banyak hal yang sangat jarang sekali diketahui oleh penyelenggara secara jelas dan bersifat umum sehingga diperlukan perencanaan yang baik sekali.

Menurut Any Noor (2009: 104) merencanakan sebuah *event* memilikibanyak keuntungan, termasuk didalamnya koordinasi yang baik antara anggota tim, tetap berfokus pada ide yang ditampilkan, berfikiran ke depan dan sebagai alat kontrol yang efektif dari kemajuan pelaksanaan *event*. Bagaimanapun perencanaan sangat menyita waktu dan memerlukan usaha yangkeras, segala sesuatu mungkin saja terjadi baik sesuai dengan harapan, akan tetapi inilah inti dari perencanaan yaitu tidak untuk gagal pada saat *event* berlangsung.

*event* yang efektif dan efisien (Goldblatt, 2002: 5).

- a. *Research*

Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam penyelenggara dapat melihat

trend yang sedang berkembang, mengembangkan sistem penyediaan layanan baru, dan memecahkan masalah kecil sebelum menjadi masalah besar. Terdapat tiga metode riset, yakni kuantitatif, kualitatif dan campuran.

b. *Design*

Fase ini merupakan kelanjutan dari proses riset yang dilakukan. Umumnya, proses ini dimulai dengan adanya *brainstorming* mengenai tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan artistik, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang akan digunakan, dan sebagainya. Fase ini juga dilakukan studi kelayakan *event* untuk menyaringkan ide-ide kreatif yang muncul. Studi kelayakan *event* menyangkut tentang kemampuan finansial, sumber daya manusia dan kondisi politik.

c. *Planning*

*Planning* dilakukan setelah dianalisis situasinya dan bersamaan dengan tahapan *design*. Tahapan ini penyelenggara *event* mulai melakukan beberapa hal, diantaranya penganggaran waktu yang dipakai untuk melakukan aksi, pertimbangan pemilihan tempat, menentukan tim kerja, menentukan pengisi acara, bagaimana mempersiapkan layanan pendukung, bagaimana produk, bagaimana mencari sponsor, dan sebagainya.

d. *Coordination*

Seorang manajer sebuah acara harus mampu melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain agar dapat bekerja secara simultan dengan satu tujuan yang sama. Fase ini terkait bagaimana komunikasi dengan internal

panitia, stakeholder, vendor dan sponsor. Termasuk dalam hal ini rapat dan koordinasi dan komunikasi *on site management*.

e. *Evaluation*

Evaluasi dapat dilakukan di setiap fase atau dilakukan secara menyeluruh. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan survei kepuasan dan melakukan pencatatan berapa jumlah peserta dan pengunjung. Metode evaluasi yang lain adalah melalui monitoring dengan menugaskan orang lain untuk mengamati even atau dengan metode telepon atau *mail survey*.

Salah satu kegunaan perencanaan *event* menurut Noor (2009: 105) adalah:

Untuk mengantisipasi masalah yang akan timbul serta pemecahannya. Perencanaannya akan berhubungan dengan keterkaitan pihak penyedia barang atau jasa yang akan mendukung terselenggaranya *event*, sehingga perlu memasukkan pihak pendukung sejak awal proses perencanaan.

Sementara itu, menurut indro kimpling suseno ( 2009:46) terdapat beberapa hal yang perlu direncanakan dalam pembuatan even:

a. Lokasi Pementasan

Lokasi pementasan 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 atmosfir 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*

materi dari sebuah perencanaan *event* adalah berupa rencana awal pementasan, target pengunjung, tema dan konsep dari sebuah acara. Selain itu juga menentukan pembawa acara dan siapa saja yang terlibat dalam acara dan pegelaran *event* tersebut

#### d. Promosi

Promosi merupakan salah satu komponen penting yang menentukan kesuksesan sebuah *event*. Promosi haruslah mampu menarik perhatian khalayak, inovatif, kreatif dan penyebarannya harus merata kesemua target. Semakin banyak pula kemungkinan target yang akan terpenuhi.

#### e. Tatanan panggung

Tatanan panggung menjadi tugas penyelenggara untuk bisa memaksimalkan kepuasan dari penonton. Panggung yang menarik akan menjadi nilai plus dari sebuah *event*. Yang harus diperhatikan selanjutnya adalah dekorasi dan tatanan panggung yang ada harus sesuai dengan konsep dan tema acara. Panggung yang baik harus mampu menjelaskan dan mengaskan tema dan konsep dari *event* itu tersendiri.

#### f. Tata Suara dan Lighting

Dalam hal-hal ini yang diperhatikan lebih ke hal-hal yang bersifat teknis, seperti peralatan, tata lampu, audio, dan kelengkapan lainnya. Sehingga nanti dapat mensukseskan *event* yang ada dan mendatangkan kualitas *event* sesuai yang diharapkan.

#### g. Klimaks Suasana 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.

#### h. Faktor Pendukung Lainnya

Tidakkalah penting untuk diperhatikan adalah faktor pendukung seperti penyediaan makanan dan minuman, keamanan, fasilitas umum, ataupun tiket acara apabila diperlukan. Transfortasi sebagai media penghubung juga menjadi salah

satu elemen penting dalam penyusunan sebuah *event*. Fungsinya disamping untuk memperlancar acara juga untuk mempersiapkan lahan parkir yang luas. Hal ini harus dilakukan agar pengunjung merasa lebih aman dan nyaman karena hal ini dapat membuat pengunjung merasa betah dalam mengunjungi *event*.

## **5. Pelaksanaan *Event***

*Event* membutuhkan manajemen yang baik agar pelaksanaannya dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Banyak *event* yang sudah direncanakan jauh-jauh hari, tetapi pada saat pelaksanaannya justru tidak sesuai dengan yang diharapkan. Rencana pelaksanaan yang baik memperhatikan kegiatan yang akan dilaksanakan, seperti siapa yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan, waktu pelaksanaan, dan bagaimana pelaksanaan akan dicapai (Cravents, 1998: 77).

Menurut Ruslan (2009: 211), menyelenggarakan acara khusus (*special event*) merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian dari masyarakat terhadap perusahaan atau produk tertentu yang ingin ditampilkan melalui aktivitas *special event* itu sendiri. Menurut Noor (2009: 104), tujuan dari diselenggarakannya *event* dapat berupa pembelajaran, bertukar pikiran, sosialisasi, peringatan, hiburan, mempromosikan produk baru perusahaan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan sebagainya. Merencanakan kegiatan *event* merupakan aspek penting dalam penyelenggaraan *event* dalam perencanaan terdapat banyak hal yang perlu diperhatikan seperti alasan mengapa harus diselenggarakan even, bagaimana *event* akan berlangsung, siapa saja yang terlibat, tempat even diselenggarakan dan sebagainya.



Dalam menyelenggarakan *event* ada aspek yang harus dipertimbangkan untuk menghindari hal yang buruk, sehingga *event* dapat berjalan dengan baik. Perencanaan *event* yang matang akan menghasilkan sebuah *event* yang berkualitas. Bukan banyaknya pengunjung yang hadir, melainkan seperti omset penjualan yang meningkat, motivasi peserta *event*, dan sebagainya.

Perencanaan *event* berfungsi untuk mengantisipasi masalah yang akan muncul dan mencari solusinya. Banyak pihak yang terkait dengan pelaksanaan *event* harus disesuaikan dengan *event* yang diselenggarakan.

## **6. Evaluasi *Event***

Setiap kegiatan atau acara yang sudah berlangsung harus dievaluasikan untuk melihat tingkat keberhasilan acara yang telah berlangsung. Evaluasi yang baik akan menghasilkan data atau fakta yang sangat penting, terutama untuk mendukung kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya penyelenggara *event* perlu mengadakan evaluasi terhadap setiap *event* yang sudah berlangsung sehingga tidak mengulangi kesalahan yang sama. Evaluasi dapat dilakukan oleh pengunjung atau dari peserta dalam bentuk kuisisioner atau wawancara langsung kepada pengunjung maupun petugas atau penanggung jawab *event*

Pada proses evaluasi dapat dilihat bahwa kesuksesan *event* yang telah diselenggarakan dan faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan *event* tersebut. Proses evaluasi ini berfungsi sebagai bahan acuan untuk *event* yang

akan diadakan selanjutnya. Terhadap beberapa bentuk evaluasi *event* menurut Goldblatt dalam (Anny Noor, 2002: 55-56), yaitu:

- a. *Written Survey*, merupakan kuisioner yang dibagikan kepada pengunjung ketika acara berlangsung.
- b. *Monitor*, pengamat yang terlatih dan diberi tugas untuk mengadakan penelitian mengenai kesuksesan suatu *event*.
- c. *Telephon* atau *Mail Survey*, dilaksanakan sesudah *event* berlangsung melalui telepon atau surat.
- d. *Pre and Post-test Survey*, menanyakan pendapat responden mengenai pendapat mereka tentang suatu hal sebelum dan sesudah acara berlangsung.

Evaluasi dilakukan untuk melihat proses komunikasi yang terjadi antara pihak penyelenggara *event* dengan peserta ataupun pengunjung selama dan sebelum pelaksanaan *event* sehingga pelaksanaan *event* yang dilihat dari efek para peserta dan pengunjung. Seperti yang dilakukan oleh Bowdin, McDonnel, Allen dan O'toole bahwa terdapat tiga tahap evaluasi *event* yaitu *pre-event monitoring* dan *post-event* (Tandy, 2013: 139).

- a. Mendokumentasikan

Ada beberapa metode untuk membuat dokumentasi pengunjung:

- 1) Pengumpulan tiket
- 2) Alat penghitung
- 3) Observasi
- 4) Pola kedatangan

5) Pola keberangkatan atau kepulangan

b. Mendokumentasikan *sponsorship*

Menghormati dan menghargai para sponsor, peserta, tokoh atau selebriti agar mereka juga dapat merasakan manfaat yang seimbang terhadap partisipasinya dengan beberapa strategi yaitu:

- 1) Menyediakan fotografer yang siap mengambil gambar setiap peserta ataupun pengunjung.
- 2) Membuat wawancara singkat antara pers dengan pihak-pihak pendukung seperti sponsor, peserta acara ataupun pengunjung.
- 3) Memberikan rekaman video, sertifikat penghargaan, atau ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung berlangsungnya even.

Dalam menyelenggarakan *event*, evaluasi sangat penting dilakukan untuk bahan acuan pada acara berikutnya. Dari evaluasi dapat diketahui tanggapan dari peserta atau pengunjung *event*, mengetahui kekurangan dari penyelenggaraan *event*, serta mengetahui langkah selanjutnya untuk *event* yang akan datang.

## **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 (Moleong, 2001).

Dalam penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak mengkaji hipotesa atau membuat prediksi, karena lebih memfokuskan pada analisis peran atau wewenang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Utara dalam mengelola *event* Maulid Adat Bayan tahun 2015.

Studi deskriptif adalah sebuah penelitian dimana peneliti berusaha mengungkapkan fakta suatu kejadian objek atau aktivitas, proses dan manusia secara apa adanya pada waktu sekarang atau jangka waktu yang masih memungkinkan dalam ingatan narasumber. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik temuan penelitian itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat atau model atau gambar, tentang kondisi dan situasi dari yang menjadi permasalahan penelitian.

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 kuantitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan yang sedang berlangsung. Tujuan dalam menggunakan metode 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 pengelolaan *event* Maulid Adat Bayan Tahun 2015. Melalui penelitian dengan deskriptif kualitatif ini dapat memperoleh gambaran yang utuh yang lebih jelas dan mendalam mengenai “*Management Event* Maulid Adat di Bayan Tahun 2015”

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Utara Jalan Tanjung Bayan Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara .

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

- a. Wawancara

Wawancara yaitu mencari informasi tentang Manajemen *Event* Adat di Lombok Utara Tahun 2015 kepada informan. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tem penelitian walaupun hanya bersifat informal. 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, 2001).

Adapun kriteria yang dipilih adalah :

1. Pejabat di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten yang memiliki banyak pengetahuan dan informasi tentang budaya Maulid Adat Lombok Utara yang berwenang dalam memberikan informasi kepada peneliti sebagai informan dalam penelitian ini.
2. Mengikuti *event* berturut-turut selama dua hari

Adapun informannya adalah:

- 1) Bapak Rianom selaku Kabid Kebudayaan
- 2) Bapak Muhadi selaku Kabid Dinas Pariwisata
- 3) Raden Prawangsa Jaya Ningrat ( masyarakat Bayan)
- 4) Raden Darma Wijaya ( Masyarakat Bayan )
- 5) Raden Amaq gedarib (mangku bayan)
- 6) Dende Icha Nadila ( pengunjung)
- 7) Baiq Salsa Azira ( pengunjung)
- 8) Humaidi syarif ( pengunjung)

#### b. Dokumentasi

Kegiatan mengumpulkan data, baik dari dokumen Dinas Pariwisata, laporan tahunan, buku-buku maupun literatur yang relevan. Data yang diambil dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Utara berupa data otentik jumlah pengunjung dan pengelolaan event yang berupa strategi promosi yang mereka lakukan. Peneliti juga menggunakan penelusuran data-data online. Penelusuran dilakukan melalui media internet yang menyediakan fasilitas online sehingga memungkinkan peneliti dapat memperoleh data informasi berupa data dan juga informasi teori yang dapat dipertanggung jawabkan 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 kegiatan *event*, katalog Maulid Adat di Lombok Utara Tahun 2015 dan dimungkinkan foto-foto *event* Maulid Adat di Lombok Utara Tahun 2015.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Analisa kualitatif yaitu analisa 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

Simpulan akhir tidak akan terjadi sampai pada waktu proses pengumpulan data terakhir. Simpulan perlu verifikasi agar cukup mantap dan benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat, memungkinkan sebagai

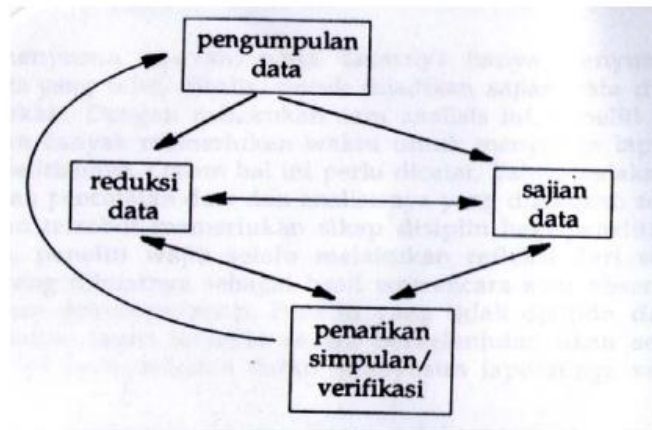


akibat pikiran kedua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali sebentar pada catatan lapangan. Verifikasi juga dapat yang dilakukan dengan lebih mengembangkan ketelitian. Dengan usaha yang lebih luas yaitu dengan melakukan replikasi dalam satuan data yang lain.

Tiga hal utama itu dapat dilihat pada gambar 1a. Dalam pandangan ini tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merepukan proses siklus dan interaktif peneliti harus siap bergerak di antara empat “sumbu” kumpulan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik di antara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/verifikasi selama sisa waktu penelitiannya. Pengkodean data, misalnya (*reduksi data*), menjurus ke arah gagasan-gagasan baru guna dimasukkan ke dalam suatu matriks (*penyajian data*). Pencatatan data mempersyaratkan reduksi data selanjutnya. Begitu matriks terisi, kesimpulan awal dapat ditarik, tetapi hal itu menggiring pada pengembalian keputusan (misalnya) untuk menambah kolom lagi pada matriks itu untuk dapat menguji kesimpulan tersebut.

Gambar 1

## Komponen-Komponen Analisis Data



**Gambar 1a** komponen-komponen Analisis Data: Model interaktif Sumber : (Miles & Huberman, 2014:15)

### 5. Validitas Data

Teknik yang digunakan peneliti dalam memvalidasi data menggunakan teknik triangulasi 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:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang

berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

(Patton dalam Moeloeng, 2001: 1787).

Adapun peneliti menggunakan teknik dalam validitas data di atas untuk membandingkan dan mengecek balik derajat suatu kepercayaan informasi yang diperoleh dalam metode kualitatif yaitu bagian A dan E, (A) dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. (E) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

## **Interview guide**

### **A. Perencanaan *Event***

1. Bagaimana merumuskan tujuan dari *event* maulid adat bayan ini?
2. Bagaimana merumuskan anggaran dari *event* maulid adat bayan ini?
3. Bagaimana merencanakan reserch *event* maulid adat bayan ini?
4. Bagaimana merumuskan sebuah design tentang *event* maulid adat bayan ini?
5. Mengapa anda harus menyusun prencanaan sebelum *event* ini diselenggarakan?

### **B. Pelaksanaan *Event***

1. Bagaimana mengantisipasi masalah yang terjadi waktu pelaksanaan *event* maulid adat bayan ini?
2. Bagaimana cara menarik perhatian pengunjung dalam pelaksanaan *event* maulid adat bayan ini?
3. Mengapa pelaksanaan *event* maulid adat bayan ini memakan waktu 2 hari?
4. Bagaimana proses komunikasi antara pihak penyelenggara dengan pengunjung /masyarakat

### **C. Evaluasi *Event***

1. Bagaimana merumuskan tingkat keberhasilan *event* maulid adat bayan ini?
2. Mengapa dokumentasi perlu dalam *event* maulid adat bayan ini?
3. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang *event* maulid adat bayan ini?

### **D. Pengunjung**

1. Bagaimana tanggapan anda sebagai pengunjung tentang konsep dari *event* Maulid Adat Bayan ini?

2. Darimana anda mengetahui *Event* Maulid Adat Bayan ini ?
3. Mengapa anda berminat untuk mengunjungi *Event* Maulid Adat Bayan ini selanjutnya?

## DAFTAR PUSTAKA

- Kasali, Rhenald, 2007, *Manajemen periklanan*, konsep dan aplikasinya di Indonesia
- Allen, Jhonny, William O'toole, Robert Harris, & Ian McDonnel. (2011). *Festival dan special event management*, 5th ed. Australia: Jhon Wiley & Sons.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty
- Bungin, Burhan H.M, 2007; *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, Jakarta : Kencana Prenama Media Group
- Chandra, Gregorius.2002. *Strategi dan Program Pemasaran*.Yogyakarta:Andi
- Gets, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant communication Crop.
- Goldblatt, Joe. 2002. *Special Events*. Third edition. New York: John Wiley and Sons.
- Hafidz, Ibnu Novel. 2007. *Mengulik Bisnis Event Organizer*. Yoyakarta : Gaya Media.
- Kotler, Philip., *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan Implementasi Dan Kontrol*, Penhallindo,Jakarta 1999.
- Lexy J., Moleong 2001. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noor, Any.2009. *Management Event* .Bandung; Alfabeta
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Rakhmat, Jalaludin. 1992. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. 1995. *Strategi Pemasaran*,Yogyakarta: Andi
- Reksohadiprojo, Sukanto. 1992. *Manajemen Koperasi*. Yogyakarta: BPFE
- Shimp, A. Terence. 2003. *Promosi Periklanan*. Jakarta: Jilid 1 Edisi 5 Erlangga.
- Siagian, Sondang P. 1992. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Cetakan Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sistaningrum, Edyningtyas.2002. *Manajemen Penjualan Produk*.Yogyakarta: Kanisius.

Sutopo HB.2002. *Metodelogi Penelitian*. Surakarta: UNS Press

Suseno, Indro K. 2006. *Cara Pintar Menjadi event organizer*. Yogyakarta : Galang Pres

Widiyanti, Ninik . 2004. *Manajemen koperasi*. Jakarta: Erlangga

Miles, M.B. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : UI- Press

Media Elektonik :

<http://www.wisatadilombok.com/2015/01/prosesi-dan-sejarah-maulid-adat-bayan.html> (25 September 2015 Pukul 23:01)

Fitriya, Adhiya Harisanti, 2004, Pelestarian Pemukiman Desa Adat Bayan di Kabupaten Lombok Utara,(Diakses Pada 9 januari 2015,dari Jurnal Antariksa, Nindya Sari)

Rianom Bapak, Kadis Kebudayaan.27 September 2015 (Wawancara)