

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab tiga ini penulis akan membahas mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian akan mencakup tentang sajian data dan pembahasan. Sajian data berisi tentang perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari *event* Yogyakarta Gamelan Festival. Analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh yaitu kata-kata dalam suatu kalimat atau wawancara, dokumen, fakta-fakta dan gambar yang mendukung dalam hal penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan yaitu meneliti tahapan-tahapan dari manajemen *event* yang dilakukan oleh komunitas Gayam16.

Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) *event* tahunan yang diadakan sejak tahun 1995 oleh komunitas Gayam16. Pendiri dari komunitas Gayam16 dan YGF adalah seniman yang berasal dari Yogyakarta yaitu Sapto Raharjo. Tujuan diadakan *event* YGF sebagai media untuk berkumpul, berkomunikasi pemain dan pencinta musik gamelan. YGF menggabungkan musik tradisional, klasik, modern dan kontemporer, sehingga dapat menarik minat penonton bukan hanya wisatawan domestik akan tetapi hingga wisatawan mancanegara.

Untuk memperoleh data yang valid, peneliti melakukan wawancara dengan perwakilan dari pihak-pihak yang terlibat dalam *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) yaitu manager festival, manager keuangan, manager sumber daya manusia (SDM), panitia lainnya dan pengunjung. Selain itu peneliti

mengumpulkan dokumen-dokumen dan gambar yang berhubungan dengan YGF untuk mendapatkan data sesuai yang diperlukan oleh peneliti.

## **A. Sajian Data**

### **1. Perencanaan**

Perencanaan adalah tahap paling penting dalam semua *event* tanpa adanya perencanaan *event* tidak dapat diselenggarakan. Perencanaan merupakan tahapan persiapan sebelum *event* diselenggarakan oleh suatu komunitas atau perusahaan. Dalam penyelenggaraan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) langkah awal perencanaan adalah membuat *draft* rencana *event* yaitu mengumpulkan beberapa ide yang berkaitan dengan isu yang sedang terjadi. Selanjutnya ide tersebut didiskusikan dan disusun bersama oleh panita penyelenggara YGF. Semakin baik perencanaan maka akan semakin baik dan memudahkan dalam tahap pelaksanaan *event*.

Penyelenggaraan *event* Yogyakarta Gamelan Festival yang bertujuan untuk memperkenalkan musik gamelan keseluruh dunia dan menjadi media untuk berkumpulnya para pemain musik gamelan dan pencinta musik gamelan. Selain itu diselenggarakan *event* YGF untuk menghilangkan pikiran negatif tentang gamelan yang dikatakan sebagai musik mistik dan musik lawas. Penyelenggaraan *event* YGF yang menjadi agenda tahunan menarik yang diharapkan akan menjadi daya tarik untuk para pengujung dan peserta untuk datang setiap tahunnya.

Sebelum *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) diselenggarakan, ada beberapa tahap perencanaan yang perlu disusun agar festival sukses. Proses perencanaan *event* merupakan suatu hal yang penting sebelum diselenggarakannya *event* YGF agar festival dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan penyelenggara dan *event* dapat lebih terarah. Perencanaan dilakukan beberapa bulan sebelum diselenggarakan. Komunitas Gayam16 selaku penyelenggara *event* tahunan yang bernama YGF melakukan berbagai perencanaan sebelumnya diselenggarakan *event*. Perencanaan tersebut dilakukan untuk dapat mengurangi hambatan-hambatan yang tidak diinginkan oleh penyelenggara (komunitas Gayam16). Komunitas Gayam16 membentuk panitia dan mengadakan *open requitment* terbuka serta tertutup untuk penyelenggaraan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF).

Berikut adalah hasil dari wawancara yang dilakukan dengan Setyaji Dewanto selaku manager festival dan Desyana Wulani Putri selaku manager keuangan:

Kalau itu pasti yang pertama adalah menentukan waktu, tempat, panitia kemudian peserta. Langkah-langkahnya seperti itu. Kebetulan dari tahun 2002 kita setiap tahun kita mengrekrut *volunteer*. Kemudian kita *open recruitment (oprec) volunteer* dua tahun sekali tidak tiap tahun, sebelumnya setiap tahun. Panitia disini ditambah dengan *volunteer*. Kita menentukan semuanya setiap selesai YGF sebulan kemudian kita *rembuk* lagi untuk tahun depannya. Karena kita harus menghubungi peserta pemain gamelan sebelum *fix* tempat dan waktunya (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

Dari hasil wawancara dijelaskan oleh Informan bahwa perencanaan dalam *event* YGF tahun 2015 melakukan berbagai langkah-langkah yang pertama adalah

komunitas Gayam16 mengadakan *open recruitment volunteer* yang bersifat terbuka dan tertutup. Dengan adanya *volunteer* akan memberi kemudahan untuk panitia menyelenggarakan YGF dan dapat membagi tugas-tugas sesuai divisinya. *Volunteer* YGF kebanyakan anak muda, dengan keterlibatan menjadi panitia YGF anak muda dapat menambah wawasan dan dapat melestarikan musik gamelan. Perencanaan *event* YGF selanjutnya akan dijelaskan oleh Desyana Wulani Putri selaku manager keuangan.

Setelah menentukan tanggal, selanjutnya menentukan orang-orang yang akan terlibat siapa saja. Bisa atau tidak bantuin YGF tanggal sekian, nanti kalau bisa kamu megang divisi ini. Setelah itu baru setiap divisi membuat perencanaan masing-masing program. Program masing-masing nanti akan dipresentasikan dirapat pleno pertama yang akan dipresentasikan ke divisi yang lain dan di pleno pertama itu nanti akan diputuskan program ini mau dipakai atau tidak, harus didrop apa masih bisa dijalankan. Seiring berjalannya waktu program itu dipersiapkan sesuai divisinya masing-masing sampai dengan hari pelaksanaan, setelah pelaksanaan seminggu kemudian dibuat laporan pertanggung jawaban setiap divisi (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

## **2. Menentukan SWOT**

Pada perencanaan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) melakukan berbagai rencana salah satunya yaitu melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan tahapan dari perencanaan sebelum diselenggarakan *event*. Dalam hal SWOT komunitas atau perusahaan menganalisis kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Dengan dilakukannya analisis SWOT panitia penyelenggara *event* akan melihat yang menjadi kekuatan

dari *event* YGF yang mendukung keberhasilan *event* YGF dan ancaman yang dihadapi YGF sehingga dapat mencari solusi sebelum *event* diselenggarakan.

**Tabel 3.1**

**SWOT *Event* YGF**

<b>SWOT</b>			
<b><i>EVENT</i> YGF</b>			
<b>KEKUATAN</b> <i>(Strenght)</i>	<b>KELEMAHAN</b> <i>(Weakness)</i>	<b>PELUANG</b> <i>(Oppotunites)</i>	<b>ANCAMAN</b> <i>(Threats)</i>
<i>Event</i> YGF telah diselenggarakan selama 21 tahun sejak tahun 1995	Nama <i>event</i> tidak <i>marketable</i> , karena nama gamelan yang identik dengan kuno dan <i>lawas</i>	<i>Event</i> YGF mendapatkan dukungan dari pihak eksternal (pemerintah, <i>friends of</i> YGF)	Ancamannya adalah ketika anak muda yang diharapkan dari YGF untuk melestarikan gamelan semakin jauh (tidak peduli)
<i>Event</i> YGF berskala Internasional	Tidak memiliki sponsor, dana dari donasi pencinta gamelan dan uang kas komunitas Gayam16	<i>Event</i> YGF setiap tahunnya memiliki dukungan yang banyak dari media massa	Penampil gamelan yang membatalkan untuk tampil

Menggabungkan antara musik modern, klasik, tradisional dan kontemporer			Pelaksanaan diundur, dapat mengurangi jumlah penonton yang hadir
--	--	--	---

a. Kekuatan (*strenght*) Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

S yang kepanjangan dari *strenght* atau kekuatan yang dimaksud adalah bahwa *event* yang diselenggarakan oleh komunitas atau perusahaan belum pernah dilakukan oleh komunitas yang lainnya dan komunitas tersebut mempunyai kelebihan atau ciri khas yang akan memiliki daya tarik untuk target sasaran. Hal tersebut akan dijelaskan oleh Desyana Wulani Putri dan Setyaji Dewanto tentang kekuatan atau kelebihan yang dimiliki oleh komunitas Gayam16 dalam *event* YGF tahun 2015:

Kekuatannya Yogyakarta Gamelan Festival sudah diselenggarakan selama 21 tahun tanpa henti, sehingga *event* YGF dikenal hampir semua negara. Selain itu karena *grand desain* itu sudah ada dibuat sejak tahun 2005 untuk 10 tahun kedepan yang dibuat oleh Sapto dan tidak perlu menentukan lagi. Hal tersebut akan mempermudah panitia penyelenggara *event* YGF tidak memikirkan tema yang digunakan tahun 2015 dan lebih fokus dengan perencanaan yang lain (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Selain itu kekuatan yang dimiliki YGF yaitu:

Kekuatan yang paling utama yang menjadi andalan adalah setiap tahun *event* ini selalu diselenggarakan tanpa kecuali. Kemudian pemilihan festivalnya karena ini juga gamelan. Gamelan sendiri

kan bukan hal yang menjual (*marketable*) tetapi itu tetap kami usahakan yaitu menjadi salah satu dan jarang orang membentuk festival seperti ini. yang komunitas lain lakukan mungkin pagelaran tidak setiap tahun. Tapi kami buat setiap tahun tanpa jeda (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

b. Kelemahan (*weakness*) Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

W yang dimaksud disini adalah *weakness* atau kelemahan pada *event* yang diselenggarakan. Pada *event* memiliki berbagai kelemahan yang membuat *event* tersebut memiliki kesulitan pada saat penyelenggaraan, sebagai komunitas atau perusahaan yang menyelenggarakan setidaknya memimikirkan kelemahan-kelemahan yang mereka miliki dan mengantisipasi dengan berbagai tindakan untuk mengurangi kekurangan tersebut. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh *event* YGF sebagai berikut:

Kelemahan yang dihadapi penyelenggara *event* YGF yang biasa diselenggarakan sebelumnya yaitu bulan Juli diundur menjadi bulan Agustus, karena bulan juli itu tidak dapat menyelenggarakan event apapun karena bertepatan dengan bulan Suci Ramadhan dan Idul Fitri, jadi harus dipindah dibulan Agustus. Sehingga berpengaruh dengan berkurangnya penonton, apalagi diambilnya event YGF tanggal 17 Agustus (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Selain itu kelemahan yang akan dijelaskan oleh Setyaji Dewanto selaku manajer festival yaitu:

Kelemahannya dari YGF karena sampai saat ini belum dianggap *marketable* atau *event* yang menjual yang artinya secara dana kami agak lebih susah tidak mudah orang memberikan donasi atau

sumbangan sebesar acara yang belum jelas apakah *event* ini akan mengundang banyak penonton atau tidak, karena dari namanya gamelan yang identik dengan kuno. Tapi selama ini kami tidak anggap itu sebagai kelemahan, itu merupakan sesuatu yang harus diperjuangkan bersama (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

Seperti wawancara diatas menjelaskan bahwa beberapa kelemahan yang dimiliki YGF yaitu diundurnya bulan dilaksananya *event* yang seharusnya dilaksanakan pada bulan Juli menjadi bulan Agustus. Selain itu kelemahan yang lainnya adalah *event* YGF tidak *marketable* karena nama yang digunakan yaitu gamelan karena identik dengan musik kuno. Komunitas Gayam selalu berupaya untuk menghilangkan citra negatif tersebut dengan mengadakan *event* YGF setiap tahunnya dengan mengemas menjadi modern. Dalam hal dana komunitas Gayam16 memiliki kesulitan, hal dana mereka mengumpulkan donasi yang diberikan oleh pencinta YGF yang diberi nama *friends of YGF*. Hal tersebut akan dijelaskan Setyaji Dewanto selaku manager festival YGF:

YGF tidak memiliki sponsor itu dari Sapto yang menolaknya karena jika ada sponsor yang besar dari instansi *event* ini akan ketergantungan dengan pemberi sponsor, apabila mereka tiba-tiba membatalkan sponsor maka akan hancur *eventnya* dan *event* juga akan berubah tujuannya sesuai dengan keinginan pemberi dari sponsor. Jika ada sponsor itu disebut pemberi donasi yang disebut *friends of YGF*, donasi yang mereka tidak tentu berupa uang bisa tempat, konsumsi, pemain yang tanpa didanai dan lain-lain (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

c. Peluang (*opportunities*) Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)



O adalah *opportunities* yang artinya peluang. Peluang adalah faktor-faktor yang akan memberikan manfaat dan memberikan keuntungan bagi *event* tanpa upaya tambahan oleh penyelenggara. Peluang yang dimaksud adalah dukungan-dukungan dari pihak *eksternal* dari komunitas Gayam16 yang akan membantu untuk keberhasilan *event* YGF.

Peluang YGF kalau dukungan dari media massa sudah pasti, jadi setiap sebelum penyelenggaraan event dimulai itu biasanya ada *press conference* yang datang itu wartawannya banyak. Kalau dukungan dari pemerintah tahun 2015 itu YGF dibantu oleh dinas kebudayaan provinsi DIY. YGF tidak pernah menggunakan sponsor, uang yang didapat dari YGF itu dari hasil uang kas YGF dan *friends of YGF*. Selain itu YGF media untuk berkumpulnya pencinta dan pemain musik gamelan jadi semua orang dapat menyaksikannya dan dengan mudah untuk memperkenalkan musik gamelan ke masyarakat (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

d. Ancaman (*threats*) Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

Terakhir adalah T yaitu *threats* yang artinya ancaman bagi komunitas Gayam16. Ancaman yaitu segala faktor-faktor yang menghambat penyelenggaraan untuk mengembangkan potensi secara maksimal. Selain itu ancaman yang dimaksud adalah adanya gangguan teknis pada perencanaan dan pelaksanaan *event*. Yang dilakukan adalah memperbaiki sistem kerja dan mengantisipasi apabila terjadi hal yang diluar dugaan dari panitia *event*.

Ancaman tahun 2015. Ancamannya cuman karena diselenggarakan di hari libur Nasional, jadi penontonnya agak susah dan ada peserta yang batal untuk hadir karena alasan tertentu. Selain itu ancaman yang lain adalah omongan dari luar tentang musik gamelan yang tidak jelas dan kuno. Tapi kami berusaha untuk memperbaiki omongan negatif tersebut dengan memberikan penampilan yang terbaik dan kami tetap

menyelenggarakannya (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Selain itu ancaman yang dihadapi komunitas Gayam16 dalam *event* YGF sebagai berikut:

Ancaman pasti ada. Ancaman yang pasti adalah kalau diIndonesia kita kenal suara orang atau omongan orang. Musik apa itu gamelan tidak jelas dan kuno. Tapi kami tetap menyelenggarakannya. Tapi ancaman yang paling utama adalah ketika anak muda yang kami harapkan untuk dapat melestarikan semakin jauh atau acuh tak acuh dengan gamelan dan usaha kita bagaimana untuk musik gamelan selalu dilestarikan dan dincintai oleh masyarakat (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

### **3. Menentukan Tema**

Pada saat proses perencanaan *event* YGF komunitas Gayam16 yaitu anggota dan pantia penyelenggara *event* melakukan berbagai tahapan persiapan lainnya yaitu menentukan tema. Tema ditentukan berdasarkan dari tujuan yang diinginkan oleh pihak penyelenggara *event*. Tema tersebut harus jelas agar penonton mengerti tema yang dibuat tanpa harus bertanya lagi. Tahun 2015 YGF menyelenggarakan *event* dengan tema yang telah dibentuk oleh Sapto Raharjo dan tahun 2015 adalah puncak dari *grand design*. Berikut adalah hasil wawancara yang dijelaskan oleh SP Joko selaku manager sumber daya manusia (SDM) di komunitas Gayam16.

Sebenarnya *grand design* atau penentuan tema itu hasil dari ide alm. Sapto Raharjo yang kebetulan berangkat darijarkon yang lazim dijurnalisme 5W+1H sama mas Sapto ditambah satu hal lagi jadi *grand design* versi YGF ini adalah 5W+2H. Tema tahun 2015 adalah *Howgh* (wawancara dengan SP Joko, Manager Sumber Daya Manusia (SDM) pada hari Rabu 14 September 2016).

Hal ini ditegaskan oleh Desyana Wulani Putri, berikut kutipannya:

Tema itu sudah ada dari tahun 2005, jadi tahun 2005 Sapto Raharjo bikin *grand design* untuk selama 15 tahun, jadi tahun 2006 hingga 2015 tema sudah ada. Ketika Sapto Raharjo tahun 2015 meninggal tema itu masih tetap berjalan dan YGF masih tetap diselenggarakan dengan tema yang dibuat. Makanya kalau ditanya kenapa pakai tema itu, karena tema itu yang sudah ada dari tahun 2005. Komunitas Gayam16 membuat *grand design* tahun 2005 untuk 10 tahun kedepan yaitu tahun 2015, karena jangka waktunya maksimal 10 tahun. Tahun 2015 merupakan puncak dari *grand design* yang dibuat oleh Sapto Raharjo (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Tahun 2015 merupakan puncak dan *grand design* terakhir yang ditelah dibentuk oleh Sapto tahun 2005. Tema yang digunakan pada tahun 2015 adalah Gamelanggeng (gamelan yang langgeng). Dengan tema Gamelanggeng diharapkan gamelan akan selalu dilestarikan sepanjang masa, dicintai dan tidak dilupakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia sebagai pemilik musik gamelan. Hal tersebut akan dijelaskan oleh Setyaji Dewanto.

Kalau temanya kita buat berdasarkan *grand design* untuk jangka sepuluh tahun. Sehingga tema apapun tinggal kita masukkan dengan kontens yang tepat dengan terjadi sekarang. Tetap relevan dengan zaman sekarang. Memilih tema gamelanggeng karena diakhir 2015 adalah akhir dari gran desain kita awal bentuknya tahun 2005. Kemudian *grand design* ditutup tahun 2015. Kita bentuk *grand design* seperti jurnalistik 5W+1 H tapi kami tambahkan menjadi 5W+2H H keduanya adalah HOWGH adalah teriakan kemenangan orang dulu, nah dari situ kita buat tema gamelanggeng (gamelan yang langgeng). Secara urutan masih relevan karena masih satu siklus. Untuk tahun 2016 hingga selanjutnya kita akan memikirkan untuk membuat *grand design* dengan waktu jangka panjang atau setiap tahun dibuatnya (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

#### **4. Menentukan Target Sasaran Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)**

Pada perencanaan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) tahapan yang dilakukan selanjutnya setelah menentukan tema yaitu menentukan target sasaran *event*. Target adalah sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan atau komunitas sesuai dengan rencana atau program yang telah ditentukan. Hal tersebut dilakukan untuk menunjang keberhasilan dari *event* YGF. Dengan target sasaran yang jelas akan penyelenggara *event* dapat menentukan konsep sesuai target sasaran, teknis acara dan lain-lain. Penonton yang menjadi sasaran pada *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) adalah semua wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Yang paling penting adalah hadirnya para seniman, budayawan, pemerhati seni, komunitas seni dan khalayak umum.

Tahun 1995 saya pernah baca target *event* YGF adalah para pemain gamelan dan orang-orang yang mempunyai kepentingan pada gamelan. Maksudnya murid, dosen, karawitan, mahasiswa yang mempelajari tentang gamelan, tapi sejak tahun 2007 dan 2008 penonton jadi bergeser kalau tahun 90 an yang nonton bapak-bapak pakai sarung, sepeda ontel tidak sampai 1000 penonton, tetapi mulai tahun 2008 itu penontonnya gilagilaan 2014 tembus hampir 1500 penonton. Target penonton semua usia yang penting adalah bukan hanya memperkenalkan gamelan saja karena orang Indonesia sudah tau gamelan, tetapi lebih mengajak orang untuk mencintai gamelan dengan melihat konser, worksop dan pameran (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Adanya pergeseran penonton yang hadir pada *event* komunitas Gayam16 menyelenggarakan YGF dari penonton yang hanya memiliki kepentingan, kini penonton dari usia muda hingga lanjut usia menyaksikan *event* YGF. Komunitas Gayam16 mampu memperkenalkan gamelan di seluruh dunia. Penonton yang

hadir juga tidak hanya menyaksikan *event* tetapi dapat berinteraksi dengan pemain gamelan dan setiap terakhir penampilan penonton bisa untuk berkolaborasi dengan pemain gamelan.

Adapun penjelasan selanjutnya mengenai target sasaran yang akan dituturkan oleh Setyaji Dewanto selaku manager festival sebagai berikut:

Kami sebenarnya tidak menentukan target penonton. Secara kualitas kami mengharapkan untuk penonton benar-benar peduli dan senang atau cinta dengan gamelan. Secara kuantitas itu sebenarnya tergantung dari penontonnya sendiri tapi karena kita acaranya setiap tahun penonton memiliki kalender waktu *event* kita. Kita punya kekuatan festival yang yg tua dan tidak pernah bolong. Kedua yang pasti orang pengen selalu tau apa yang akan kami suguhkan ke mereka. Kita sebenarnya tidak memiliki target ya sebenarnya anak muda minimal mereka ngerti. Oh ada ini oh ada seperti ini. Perkara selanjutnya mereka suka dan ingin menyaksikan. Kita tidak punya target khusus semua bisa menyaksikan (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

Dari hasil wawancara tersebut dijelaskan bahwa komunitas Gayam16 selaku penyelenggara *event* YGF tidak menargetkan berapa penonton yang hadir walaupun yang hadir sedikit *event* tersebut tetap dilaksanakan. Karena tujuan *event* ini diselenggarakan untuk mengenalkan, melestarikan dan meregenerasikan musik gamelan agar tidak di *claim* oleh negara lain. Selain itu tujuan yang ingin diberikan adalah memberikan edukasi kepada masyarakat tentang gamelan dan menghilangkan citra negatif pada gamelan yang dianggap selama ini sebagai musik kuno. Hal tersebut akan dijelaskan oleh Setyaji Dewanto:

Walaupun sedikit pesertanya tetap kami selenggarakan. Soalnya dulu pas krismon kita membatalkan event YGF diselenggarakan, tetapi ada pemain dari luar negeri protes untuk tetap datang, nah kemudian kami menyelenggarakan walaupun hanya sehari karena keterbatasan dana pada saat itu. Walaupun mereka yang datang hanya dari Perancis, Amerika, dan

Yogyakarta. Jadi dari kasus itu kami tidak menargetkan pemain atau peserta mulai dari situ kami bertekad untuk melaksanakan tiap tahun event tersebut. Kita tidak pernah memungut biaya (gratis), jadi kami tidak harus terbebani dengan dinas pajak dengan perijinan yang rumit karena kami tidak berbayar (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

## **5. Menyusun Strategi untuk Mencapai Tujuan pada *Event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)**

Dalam perencanaan *event* YGF, komunitas Gayam16 memiliki strategi-strategi. Strategi harus disusun untuk mencapai tujuan dari festival atau *event*. Strategi yang baik akan menarik penonton untuk datang dan menyaksikan. Panitia mempromosikan dan memperkenalkan komunitas Gayam16 dan menjelaskan rangkaian *event*. Komunitas gayam16 menyusun strategi dengan berbagai tahapan dari pemilihan pemain gamelan dan publikasi. Tahapan tersebut dilakukan agar lebih terarah. Koordinator bertugas untuk mengarahkan tugas untuk *staff* dibawahnya dan *volunteer*.

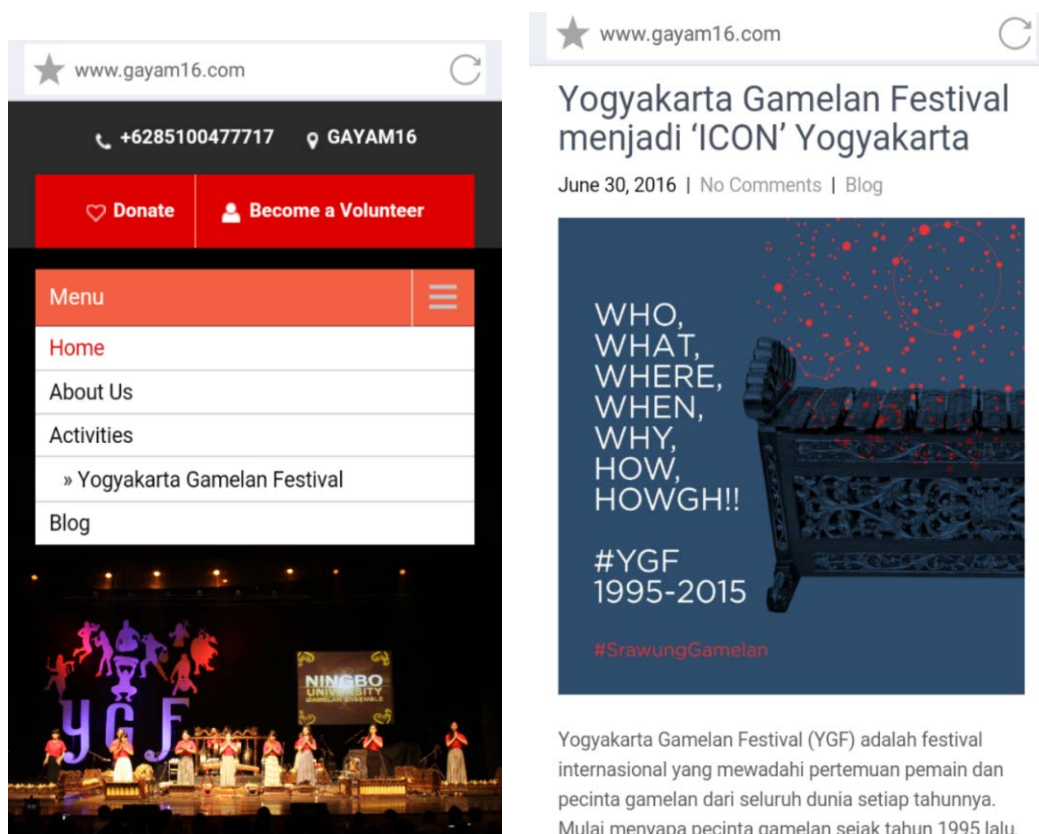
Kalau menyusun strategi sebenarnya tidak banyak strategi yang dipakai, contohnya gini untuk pemilihan penampil strateginya itu ada dua yaitu pertama ada yang dari panitia atau tujuh orang mencari penampil (*searching*) atau tanya dengan teman seniman yang lain. Kedua strateginya menerima proposal dari kelompok yang ingin tampil dan akan diseleksi cocok atau tidak untuk tampil ditahun 2015. Itu contoh dari strategi penampilnya. Contoh lainnya yang umum itu strategi publikasi sekarang banyak yang memakai gadget jadi strateginya ditingkatkan di *gadget*, sosial media YGF itu punya instagram, twitter, website, facebook. Tim publikasi punya strategi dari dua bulan sebelum penyelenggaraan event itu sudah ada. Bulan ini isu ini, bulan berikutnya akan membuat isu yang lain, baru bulan ketiga bulan penyelenggaraan event bulan Agustus itu baru ngomongin tentang eventnya, waktu dan tempat diselenggarakan (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Dari wawancara tersebut menjelaskan bahwa YGF memiliki beberapa strategi untuk mencapai keberhasilan dari *event*. Yang pertama adalah YGF memilih beberapa penampil yang sesuai dengan tema dan menyeleksi. Calon penampil YGF akan diminta untuk membuat proposal dan proposal tersebut akan dibahas saat rapat. Strategi selanjutnya yaitu YGF menggunakan strategi dalam mempromosikan *event* dengan menggunakan sosial media dapat meningkatkan jumlah penonton yang hadir. Selain itu dengan menggunakan sosial media akan mempermudah YGF untuk menyebarkan informasi tentang penyelenggaraan *event*. Adapun penjelasan menggunakan strategi yang digunakan YGF pada tahun 2015 sebagai berikut.

Menggunakan beberapa strategi tersebut karena dapat mempermudah kami untuk memilih penampil yang sesuai dengan tema yang kami buat dan kami juga tidak bingung untuk mencari penampil juga karena ada tawaran mereka yang ingin tampil di YGF tahun 2015 dan kami juga bisa minta tolong dengan teman untuk mencarikan penampil yang mau tampil tana harus dibayar. Kita menggunakan strategi dalam publikasi di *sosmed* karena masyarakat sekarang banyak menggunakan *sosmed* hal tersebut dapat mempermudah kami untuk mempromosikan *event* YGF, mereka yang tertarik untuk nonton dapat melihat di beberapa akun *sosmed* jadi disana kami akan memberikan informasi(wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

## Gambar 3.1 & 3.2

### Strategi Promosi YGF di Sosial Media



The image displays two screenshots from the website www.gayam16.com. The left screenshot shows a mobile interface with a navigation menu containing 'Home', 'About Us', 'Activities' (with a sub-link for 'Yogyakarta Gamelan Festival'), and 'Blog'. Below the menu is a photograph of a gamelan performance on a stage at night, with a large 'YGF' logo and a 'NINGBO UNIVERSITY' sign in the background. The right screenshot shows a blog post titled 'Yogyakarta Gamelan Festival menjadi 'ICON' Yogyakarta' dated June 30, 2016. The post features a graphic with the text 'WHO, WHAT, WHERE, WHEN, WHY, HOW, HOWGH!! #YGF 1995-2015 #SrawungGamelan' and a background image of a gamelan instrument.

(Sumber: www.gayam16.com, diakses pada tanggal 18 Desember 2016, jam 12:00 WIB)



Gambar 3.3



(Sumber: [www.facebook.com/Yogyakarta Gamelan Festival](http://www.facebook.com/YogyakartaGamelanFestival), diakses pada tanggal 18 Desember 2016, jam 12:05 WIB)

Gambar 3.4



(Sumber: [www.twitter.com/@gayam16](http://www.twitter.com/@gayam16) , diakses pada tanggal 18 Desember 2016, jam

12:10 WIB)

Gambar 3.5



(Sumber: instagram/Komunitas Gayam16, diakses pada tanggal 18 Desember 2016, jam

12:13 WIB)

Setelah melakukan beberapa strategi, selanjutnya yang dilakukan oleh penyelenggara membagi *jobdesk* dengan panitia divisi yang lainnya.

Kalau strategi yang lain setiap divisi punya satu orang koordinator dan dia harus tau tugasnya dan memiliki beberapa *staff* lebih dari tiga, dia menjelaskan programnya dia ke para *staff*nya, jadi fungsinya dia hanya mengontrol sampai mana dikerjakan *staff*nya. Trus dibawah *staff* ada *volunteer*, *volunteer* yang membantu pelaksanaan event, jadi strategi yang dipakai lebih ke *bottom up* atau dari bawah keatas, jadi yang punya ide *officer* dan kawan-kawan lalu dilempar ke manager selanjutnya manager merembukkan bisa atau tidak dilakukan (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

## **6. Menentukan Waktu dan Tempat Penyelenggaraan *Event* YGF**

Proses perencanaan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) anggota komunitas Gayam16 melakukan berbagai persiapan yang diperlukan dalam perencanaan *event* YGF. Tahapan tersebut dimulai dengan menentukan jadwal *event* dan survey tempat untuk memperoleh pertimbangan dari seluruh panitia atas penyelenggaraan *event* YGF, kemudian melakukan perencanaan lainnya. Waktu *event* YGF tahun 2015 ditentukan pada pleno pertama setelah waktu telah ditentukan selanjutnya adalah mendata tempat yang akan diselenggarakan *event* YGF. Lokasi ditentukan beberapa bulan sebelum diselenggarakan *event* YGF dan dipilih sesuai dengan tema.

Setelah perencanaan dan survey lokasi dilakukan, selanjutnya akan dipaparkan mengenai jadwal dan tempat diselenggarakan *event* YGF. Hal tersebut bertujuan untuk mengatur susunan acara dan tatanan tempat berlangsungnya festival atau *event*. Suvey tersebut dilakukan oleh panitia penyelenggara *event*

untuk mengetahui mengenai kebutuhan yang diperlukan saat pelaksanaan *event* YGF.

Adapun hasil wawancara dengan pak SP Joko sebagai berikut:

Kita mencoba melakukan sesuatu yang sudah terbukti dengan hasil studi dari kami (gayam16) salah satunya adalah kami menemukan saat mas Sapto masih ada dibulan Juli. Tahun 2014 kita sudah melihat dibulan Juli tahun depan ada pelaksanaan apa saja yaitu libur nasional kemudian momentum lokal, regional Indonesia, momentum global itu ada apa saja. Awal tahun 2015 kami mencoba menentukan bulannya dengan berbagai pertimbangan yang kita coba untuk temukan titik terangnya (wawancara dengan SP Joko, Manager Sumber Daya Manusia (SDM) pada hari Rabu 14 September 2016).

Kelanjutan penjelasan untuk menentukan waktu dan tempat untuk diselenggarakannya *event* YGF:

Kemudian kita tentukan paling lama setengah tahun, karena teman-teman dari luar negeri butuh persiapan dalam pengirimina SDM ke Jogja mereka pasti butuh mengurus visa dan lain-lain mereka tidak bisa mendadak. Jadi kita harus tentukan waktu dan tempat jauh-jauh hari. kemudian sebelum itu kita harus *booking* dulu *venue* nya yang sesuai dengan tema yang telah ditentukan sebelumnya kita harus membuat *list venue* yang akan dilihat kemudian kita hitung diranah teknis dan kepentingannya. Akhirnya kita coba tentukan tempatnya (wawancara dengan SP Joko, Manager Sumber Daya Manusia (SDM) pada hari Rabu 14 September 2016).

Penyelenggaraan YGF diadakan pada bulan Juli, tetapi pada tahun 2015 diadakan dibulan Agustus yang diundur dari bulan Juli. YGF tidak dapat diselenggarakan pada bulan Juli hal tersebut bertepatan dengan bulan Ramadhan. Pelaksanaan diadakan bertepatan dengan hari Kemerdekaan Indonesia . *Event* YGF diselenggarakan selama tiga hari yaitu tanggal 17 hingga 19 Agustus. Setelah melakukan survey beberapa tempat dan akhirnya terpilihah salah satu

tempat yang diberi saran oleh dinas kebudayaan Yogyakarta. *Event* YGF tahun 2015 diadakan di Taman Budaya Yogyakarta (TBY) dan sarasehan dilakukan di IFI LIP Yogyakarta. Setiap harinya menampilkan kurang dari 5 peserta gamelan dengan durasi yang berbeda-beda 20 menit hingga satu jam.

### **Gambar 3.6**

**Lokasi penyelenggaraan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)  
tahun 2015 di Taman Budaya Yogyakarta (TBY)**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

### Gambar 3.7

#### Lokasi sarasehan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) tahun 2015 di IFI LIP Yogyakarta



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

## 7. Menentukan Rancangan Anggaran

Perencanaan anggaran biaya merupakan hal yang penting dan dibutuhkan dalam penyelenggaraan *event*. Setelah mengetahui dengan jelas tujuan diadakan *event*, maka anggaran dibuat. Dalam menyusun anggaran keuangan untuk *event*, diperlukan ketelitian terhadap komponen apa saja yang masuk didalam anggaran. Perencanaan *event* yang berkaitan dengan *event* YGF adalah anggaran untuk membuat poster, membayar tempat, akomodasi penginapan untuk para pemain gamelan, perlengkapan untuk *venue* dan kebutuhan yang lainnya.

Seperti itu *bottom up*, selain membuat program kan panitia bikin anggarannya juga, membuat program ini anggarannya segini karena pengeluarannya. Nanti dilempar ke manager keuangan dan *rembukan*

dengan manager festival dan yang lainnya. Ini program publikasi seperti ini, mereka butuh uang dua juta karena untuk cetak poster dan buat katalog. Makanya biayanya dibuat sedikit, kalau disetujui oleh manager diturunkan lagi ke koordinator publikasi dan lain-lainnya. Hal tersebut bertujuan agar dana tidak berlebihan, karena untuk menyelenggarakan ini dana yang didapat yaitu dari uang kas komunitas Gayam16, *friends of YGF*, tidak menggunakan sponsor (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

## **8. Organizing (Pengorganisasian)**

Setelah melakukan beberapa perencanaan untuk menunjang keberhasilan dari *event*, selanjutnya yaitu pengorganisasian dengan membentuk tim penyelenggara atau panitia untuk *event*. Dengan membentuk panitia akan mempermudah realisasikan rencana yang telah disusun oleh penyelenggara *event*. Panitia dibentuk dari beberapa orang dan bertanggung jawab sesuai dengan *job desk* masing-masing. Kerjasama antara tim panitia diperlukan untuk kelancaran dari *event*. Panitia menerima masukan dari panitia yang lain, hal tersebut berfungsi untuk mengurangi hambatan-hambatan yang akan terjadi.

Seperti organisasi lainnya. Disini itu kita belajar bareng ini substansi diluar hal organisatoris ketika tahun kemaren si A ada didivisi si X tahun sekarang bisa pindah divisi lain, atau divisi lain bisa naik jadi *officer* itu berganti-ganti setiap tahunnya, tapi kembali saat kebutuhan atau keharusan dan kesanggupan dari yang terlibat. Tim tujuh hanya membuat gambaran awal untuk panitia, keputusannya kembali ke seluruh anggota yang lain (wawancara dengan SP Joko, Manager Sumber Daya Manusia (SDM) pada hari Rabu 14 September 2016).

Setelah memilih divisi-divisi untuk YGF selanjutnya dipilih koordinator setiap divisi, namun pemilihan tersebut disepakati oleh tim manajer melalui pertimbangan dan diwawancara untuk kesanggupan untuk jadi koordinator.

Setelah memilih koordinator setiap divisi, selanjutnya memilih panitia pendukung yaitu *volunteer*.

Pemilihan panitia dalam *event* YGF adalah orang yang aktif di Gayam16 sehari-hari setelah itu kalau sudah dapat dan masih kurang ditambah orang-orang yang terlibat YGF tahun 2014, tapi itu biasanya juga pilihan. Kalau seandainya tahun ini (2014) ternyata pekerjaannya tidak maksimal ada kemungkinan tahun 2015 dia tidak diundang lagi tapi jarang banget, kalau masih kurang lagi cari *volunteer* lagi. Ada dua cara untuk mencari *volunteer* di Gayam. Yang pertama *recruitment* terbuka, maksudnya ada pengumuman resmi bahwa YGF tahun 2015 membuka pendaftaran *volunteer* dan itu ada tahap seleksinya tes tertulis, wawancara, ikut *training* dan dites lagi, trus di tes lagi di divisinya. Biasanya itu menghabiskan waktu tiga hingga empat bulan baru bisa diterima di YGF. Cara yang kedua pemilihan *volunteer* tertutup, jadi hanya temannya teman yang dipilih atau orang yang sudah dikenal dan dijelaskan gayam itu seperti apa, dan programnya apa saja dan dia harus menguasai itu yang tertutup tidak ada tes (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

## **9. Actuating (Pelaksanaan)**

Setelah perencanaan, pengorganisasian (menentukan panitia) selesai maka tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan *event*. Bagian ini merupakan tolak ukur keberhasilan dari kegiatan yang dilaksanakan, apakah pelaksanaan sesuai dengan rencana yang telah disusun atau tidak. Namun pada saat hari pelaksanaan sering terjadi hal-hal diluar dugaan, jika suatu *event* secara keseluruhan dapat dilalui dengan mulus dan lancar, segala hambatan tidak diketahui pihak selain panitia acara tersebut bisa dikatakan sukses.

Pada tahap ini seluruh panitia penyelenggara mewujudkan apa yang sudah direncanakan sebelumnya. Semua panitia dan pemain gamelan bekerja sama untuk kelancaran pelaksanaan *event*. Pada saat *event* semua hasil dari perencanaan akan ditampilkan dalam bentuk konser gamelan, *worksop* dan



pameran. *Event* diselenggarakan selama 3 hari pada tanggal 15-17 Agustus 2015. Adapun rangkaian acara selama tiga hari yang akan ditampilkan ke penonton sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Program Schedule Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) 2015**

<b>PRE FESTIVAL</b>		<b>Thursday, August 13 th 2015</b> 04:00 pm – End Gayam16, Yogyakarta
Tumpengan Ceremony		
<b>CONCERT</b>		<b>Saturday, August 15 th 2015</b> <b>07:30 pm – End</b>
Opening	Committee of YGF	
Caraka Budaya	Madiun	
Gamelan Panti Asuhan Bina Siwi	Bantul	
Rasamaya	Solo	
Anon & Omah Gamelan	Yogyakarta	
Jam Session	All	
<b>EXHIBITION</b>		<b>07:30 pm – 11:00 pm</b>
Gamelanggeng		Concert Hall's Lobby Taman Budaya Yogyakarta
<b>CONCERT</b>		<b>Sunday, August 16 th 2015</b> <b>08:00 pm - End</b>
Jala Sekar ISBI	Bandung	
Bhagaskara	Yogyakarta	
Gamelan Mben Surup	Yogyakarta	
Jam Session	All	
		Concert Hall Taman Budaya Yogyakarta

<b>EXHIBITION</b>		<b>05:00 pm – 11:00 pm</b>
Gamelanggeng		Concert Hall's Lobby Taman Budaya Yogyakarta
<b>CONCERT</b>		<b>Monday, August 17 th 2015 08:00 pm – End</b>
Gayatri	Klaten	Concert Hall Taman Budaya Yogyakarta
Ron Reeves & Friends	Australia & Yogyakarta	
Lehere & Karinding Towel	Bandung, Solo, Tuban, Malang, Kalimantan Selatan, USA	
Ensemble Kyai Fatahillah	Bandung	
Jam Session	All	
<b>EXHIBITION</b>		<b>05:00 pm – 11:00 pm</b>
Gamelanggeng		Concert Hall's Lobby Taman Budaya Yogyakarta
<b>SARASEHAN</b>		<b>01:00 pm – 04:30 pm</b>
Gamelan : Belongs To Everyone		IFI LIP Yogyakarta

(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

**Gambar 3.8**

**Penonton menunggu *event* YGF**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

**Gambar 3.9**

**Pelaksanaan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

**Gambar 3.10**

**Pameran YGF**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

**Gambar 3.11**

**Penampilan gamelan dari luar negeri**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

**Gambar 3.12**

**Kolaborasi antara pemain gamelan dengan penonton YGF**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

**Gambar 3.13**

**Sarasehan Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

Pelaksanaan *event* YGF menampilkan para pemain dari Indonesia dan luar negeri. Setiap penampil memiliki durasi tampil yang berbeda-beda dan memiliki jumlah pemain yang beragam. Selain itu penampil menampilkan dengan menggabungkan unsur tari, bernyanyi dan DJ serta menggunakan alat musik modern seperti gitar, drum, bass, laptop dan lain-lain. Setiap diakhir penampilan panitia membuat konsep untuk kolaborasi antara seluruh pemain gamelan dengan penonton gamelan, jadi penonton dapat belajar menggunakan musik gamelan. Hal tersebut bertujuan agar tidak ada jarak antara penonton dan pemain gamelan dan penonton dapat berinteraksi langsung dengan pemain.

Saat pelaksanaan *event* terdapat faktor-faktor yang mendukung untuk kelancaran *event* YGF pada tahun 2015. Dengan adanya faktor pendukung serta penghambat dapat menjadikan tolak ukur keberhasilan dari *event* YGF. Hal tersebut akan dijelaskan oleh SP Joko:

Faktor pendukungnya banyak penonton, masyarakat pencinta gamelan itu bisa jadi penonton atau penampil apakah tampil dikonser, worksop dan pameran itu keterlibatan masyarakat pencinta gamelan dari seluruh dunia. Itu menjadi salah satu pendukung. Tahun 1998 ada *global warming* karena ada itu reformasi bakar-bakaran akhirnya kami tahun itu YGF tidak akan dilaksanakan karena tidak kondusif, setelah kami umukan kami diperotes beberapa negara bahkan ada serombongan dari negara Perancis yang sudah terlanjur datang kesini mereka tidak memperdulikan masalah itu akhirnya event tersebut tetap dilaksanakan. itu merupakan jadi pendukung kami (wawancara dengan SP Joko, Manager Sumber Daya Manusia (SDM) pada hari Rabu 14 September 2016).

Selain faktor pendukung ada juga faktor penghambat yang terjadi pada *event* YGF, yaitu:

Kalau hambatan itu paling utama sekarang ini yaitu *event* ini diadakan setiap tahun tanpa henti karena lebih melelahkan dan bisa menjadi monotonik untuk penonton. Nah hambatannya bagaimana kita menghindari tersebut, ternyata setiap tahunnya itu menampilkan yang berbeda-beda sehingga kami punya hal-hal baru. Kita dapat mengatasi semua masalah tersebut. ketika hambatan itu muncul setiap *event* dan lebih mudah kita mengatasi. Hambatan panjang adalah regenerasi yang kami pikirkan. Takutnya mereka akan melupakan dan tidak melanjutkan *event* ini saat kami tidak menjabat tugas lagi. Caranya kita tetap komunikasi dan ngumpul rutin dan saling tahu sama lain (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

## **10. Evaluasi**

Evaluasi merupakan penilaian dan pengukuran efektifitas strategi yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan dari penyelenggara *event*. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui hasil dari proses dari pelaksanaan *event* YGF yang diselenggarakan oleh komunitas Gayam16 dari perencanaan hingga penyelenggaraan *event* YGF. Setelah *event* diselenggarakan yang dilakukan selanjutnya adalah membuat sebuah forum yang dihadiri seluruh anggota yang terlibat dalam *event* YGF. Dalam forum tersebut semua berhak berpendapat dan mengkritik hasil dari pelaksanaan *event* YGF.

**Gambar 3.14**

**Evaluasi setelah pelaksanaan *event* YGF tahun 2015**



(Sumber: Komunitas Gayam16 Yogyakarta, tahun 2016)

Evaluasi sama dengan pelaksanaan yaitu *bottom up* jadi setiap divisi membuat laporan pertanggungjawaban setelah itu ada pertemuan yang akan membahasnya dan terkadang ada masukan antara divisi. Evaluasi yang lain datang dari peserta, peserta memiliki pendamping yaitu LO (*Liaison Officers*) dan peserta akan mengkritik dan LO harus menyampaikan ke panitia lain, jadi jika ada yang harus dibenahi untuk kebaikan *event* ditahun yang akan datang (wawancara dengan Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Evaluasi ditujukan untuk mendapatkan *feedback* dari seluruh team tentang kelebihan dan kekurangan event yang telah diselenggarakan, sehingga dapat meningkatkan pelaksanaan event yang akan datang. Selain itu evaluasi suatu proses untuk menyediakan berbagai informasi tentang sejauh mana kegiatan tersebut telah dicapai, menyatukan perbedaan pendapat saat *event*. Evaluasi yang dilakukan komunitas Gayam16 yaitu memikirkan bukan masalah teknis aja tetapi



untuk kedepannya *event* tersebut harus menampilkan yang lebih baik lagi. Hal sependapat juga dituturkan oleh Setyaji Dewanto selaku manager festival.

Kalau menurut saya evaluasi hampir sama dengan berhasil dengan tidak berhasilnya tadi, setiap tahun pasti ada evaluasi yang berbeda karena kasusnya yang berbeda. Evaluasi sifatnya bukan hanya setelah apa yang kita lakukan, sekarang kita harus apa dan selanjutnya harus bagaimana untuk mengatasi jika adanya masalah.

Contohnya masalah pada cahaya diatas panggung, penonton yang masih bisa merekam tanpa ketahuan panitia dan lain-lain, sehingga evaluasi pada teknis setiap tahun selanjutnya lancar, tetapi yang menjadi pikiran kami ya evaluasi untuk selanjutnya harus bagaimana. Emang agak *absurd* itulah komunitas kami. Setiap habis acara kita adakan evaluasi setiap *jobdesk* masing-masing apa kekurangannya itu evaluasi teknis (wawancara dengan Setyaji Dewanto, Manager Festival pada hari Jumat 7 Oktober 2016).

Adapun tanggapan dari penonton yang menyaksikan *event* dan mendukung indikator keberhasilan *event* YGF.

Menurut saya *event* ini sangat menarik, ya musik gamelan yang selama ini saya anggap musik yang kental dengan daerah Jogja bisa dikemas dengan gaya modern dan tidak monoton dan unsur Jawa juga dapat. Dari temanya menurut saya menarik tiap tahun YGF menampilkan tema yang berbeda-beda, tema yang keren serta didukung dengan performen dari Indonesia dan luar negeri itu keren banget, tata panggung mendukung, lighting ada peningkatan tiap tahunnya. Terhibur dengan *event*nya trus juga setiap pertunjukkan diberikan informasi nama-nama gamelan dan ketukkan gamelan. Saya suka karena adanya kolaborasi penonton dengan pemain gamelan, itu keren karena penonton tidak hanya untuk melihat saja mba tapi bisa langsung naik ke panggung dan main gamelan. Banyak ilmu yang saya dapatkan, dari awalnya tidak mengerti gamelan jadi sedikit tau tentang gamelan (wawancara Indah, penonton YGF pada hari Sabtu 23 July 2016).

Selain itu adapun pesan dari penonton tentang penyelenggaraan *event* sebagai berikut:

Manfaatnya, ya saya dapat ilmu tentang gamelan, yang tadinya cuman tau musik gamelan yang dimainkan oleh orang tua ternyata disini anak kecil juga main gamelan. Asik banget gak ngebosnin acaranya. Hmm

pesannya untuk *event* YGF, berharap *event* YGF selalu diselenggarakan karena ini merupakan acara yang sangat menarik dan ada edukasinya, kalau masukannya penontonnya dapat lebih di kontrol karena ramai sekali, kursinya kurang nyaman karena panjang dan susah untuk orang lewat, orang yang lewat bolak balik mengganggu saat menonton (wawancara Tika, penonton YGF pada hari Sabtu 23 July 2016).

Berdasarkan sumber data evaluasi yang diperoleh dari penonton YGF mendapatkan tanggapan yang bagus dari penikmat musik gamelan. Catatan atau masukan dari penonton yang perlu mendapat tindakan serius dari penyelenggara *event* untuk tahun selanjutnya dapat lebih ditingkatkan menjadi lebih baik. Kapasitas gedung diharapkan ditingkatkan lagi karena banyaknya penonton yang ingin melihat YGF sehingga banyak yang tidak dapat masuk dan dari segi penonton dapat dikontrol. Hal tersebut menjadi masukan untuk komunitas Gayam16 selaku penyelenggara acara untuk memilih lokasi yang lebih luas lagi tahun depannya.

Setelah melakukan evaluasi maka selanjutnya dapat mengukur indikator keberhasilan dari kegiatan yang telah dilakukan komunitas Gayam16 sebelumnya, ini juga akan terlihat bahwa berhasil atau tidaknya suatu *event*. Seperti yang dituturkan oleh Desyawa Wulani Putri

Penonton yang banyak itu indikator keberhasilan, terlaksananya program sesuai yang direncanakan itu juga sukses menurutku, selanjutnya indikator keberhasilannya yang lainnya adalah tidak ada masalah saat *event* berlangsung. Jadi gini YGF itu sebuah *event* yang bukan hanya *event* tapi di YGF kita membangun sesuatu entah itu membangun relasi antara panitia, peserta dan penonton atau itu membangun edukasi untuk penonton yang gak ngerti gamelan jadi ngerti apa itu gamelan karena disetiap penampil selesai ada wawancara. Indikator keberhasilan YGF tidak hanya ini sukses karena penontonnya banyak, tapi jauh dari itu YGF punya misi bagaimana memperkenalkan gamelan keseluruh dunia (wawancara dengan

Desyana Wulani Putri, Manager Keuangan pada hari Rabu 24 Agustus 2016).

Dari wawancara tersebut dijelaskan indikator keberhasilan dari *event* YGF banyaknya penonton yang hadir dan dapat menikmati selama *event* berlangsung. Penonton selain dapat menyaksikan dengan gratis juga mendapatkan edukasi tentang gamelan. Selain itu penonton dapat berinteraksi langsung dengan pemain dapat berkolaborasi dengan pemain gamelan, ikut bernyanyi dan bertepuk tangan setelah penampilan selesai. Indikator selanjutnya berhasilnya suatu *event* adalah tidak adanya kendala saat pelaksanaan, jika ada kendala dapat langsung diselesaikan dan kekompakkan antara panitia pada saat penyelenggaraan festival.

## **B. PEMBAHASAN**

Pada pembahasan ini peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan melalui pengumpulan data dan akan melaporkan hasil dari observasi serta wawancara dengan beberapa pihak yang terlibat di Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) untuk mendapatkan data yang valid dalam penyusunan penelitian dengan judul Manajemen *Event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) tahun 2015. Hal yang menarik dari penelitian ini adalah bagaimana *event* menjadi pilihan strategi untuk mewujudkan tujuan. *Event* diselenggarakan bukan hanya sekedar memberikan informasi kepada target sasaran, tetapi juga membujuk penonton agar berperilaku sesuai dengan strategi yang telah ditentukan

penyelenggara dan mengajak penonton untuk memperoleh dukungan dalam mewujudkan tujuan dari *event* tersebut.

*Event* merupakan suatu kegiatan yang dirancang dengan tema tertentu untuk memperingati peristiwa seperti budaya, adat istiadat, agama dan tradisi. Selain itu *event* juga bertujuan untuk masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan para pemain dan panitia penyelenggara. Pembuatan event YGF sebagai bentuk strategi komunitas Gayam16 dalam menarik wisatawan tersebut, selaras dengan pernyataan Uyung Sulaksana (2003:83) *event* merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengomunikasikan pesan tertentu kepada *audiens* sasaran. Menurut Terence, A.Shimp, *brand activation* merupakan salah satu bentuk promosi merek yang mendekati serta membangun interaksi merek dengan penggunaannya melalui aktivitas hiburan dan kebudayaan. Dengan diadakan *event* dapat mendekatkan penonton dengan penyelenggara, sehingga dapat menambah penonton setiap tahunnya. Kepuasan penonton akan menentukan keputusan seseorang untuk menyaksikan lagi atau tidak. Sikap adalah evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau sebaliknya dan bertahan lama seseorang terhadap suatu objek (Morrison, 2012: 105).

Selain untuk mengkomunikasikan pesan tertentu, *event* juga digunakan sebagai suatu sara untuk mewujudkan tujuan dari penyelenggara *event*. Pada penelitian ini peneliti akan memberikan gambaran dan membahas bagaimana proses dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan komunitas Gayam16 dalam *event* YGF.

## 1. Perencanaan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

Dalam sub bab ini peneliti akan menjelaskan langkah-langkah untuk melihat efektifitas dan efisiensi komunitas Gayam16 dalam membuat *event* Yogyakarta Gamalen Festival (YGF). Hal tersebut bertujuan bagi peneliti untuk melihat sejauh mana tingkat efektifitas dan juga perencanaan untuk membuat *event* YGF. Dalam menjalankan suatu *event* diperlukan tahap perencanaan yang matang untuk mendukung sukses atau tidaknya *event* saat diselenggarakan.

Tujuan diselenggarakan *event* merupakan langkah awal dalam setiap perencanaan sebuah *event*. Tujuan komunitas Gayam16 melakukan *event* YGF adalah untuk melestarikan musik gamelan, mempertemukan pemain dan pencinta musik gamelan diseluruh negara serta mempromosikan gamelan sebagai alat musik yang berasal dari Indonesia. Hal tersebut selaras dengan yang dijelaskan Noor yaitu tujuan diselenggarakannya *event* dapat berupa pembelajaran, bertukar pikiran, sosialisasi, peringatan, hiburan, mempromosikan komunitas dan meningkatkan pendapatan (Noor, 2013:132).

Komunitas Gayam16 selaku penyelenggara *event* YGF melakukan perencanaan yang pertama menentukan tanggal dan tempat, hal ini dilakukan sekitar setahun sebelum diselenggarakan. Selanjutnya menentukan divisi pada panitia, *volunteer* dan peserta pemain gamelan. Tahapan dari perencanaan menurut Wibowo (2013:104) menjelaskan bahwa menyelenggarakan *event* tidak bisa langsung dilaksanakan harus melakukan berbagai tahapan. Komunitas melakukan berbagai perencanaan yaitu melakukan analisis SWOT, menentukan

tema, menentukan sasaran yang ingin dicapai, menyusun strategi untuk mencapai sasaran, memilih waktu, tempat dan menyusun rancangan anggaran biaya.

Menurut hasil observasi yang dilakukan peneliti yang pertama dalam melakukan perencanaan sebelum diselenggarakan *event* adalah melakukan analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunity, threat*). YGF menggunakan analisis SWOT. *Event* YGF memiliki kekuatan yaitu bahwa *event* ini sudah diselenggarakan selama 21 tahun sejak tahun 1995. Dengan setiap tahun diselenggarakan, sehingga *event* YGF cukup dikenal hampir di seluruh negara. *Event* adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh komunitas atau perusahaan dengan mendatangkan orang kesuatu tempat agar mereka mendapatkan informasi dan pengalaman penting (Sagiyanto, 2014:172). YGF termasuk sebagai *event* yang unik dan belum pernah diselenggarakan oleh komunitas lain, YGF dapat menggabungkan antara musik modern, tradisional, klasik dan kontemporer. *Event* YGF diadakan setiap tahun selama tiga hari.

Selain kekuatan yang dimiliki, YGF juga memiliki kelemahan yaitu *event* YGF tidak memiliki sponsor untuk penyelenggaraannya. Dana yang didapatkan berasal dari uang kas, hasil dari pengisi acara di *event* lain dan donasi yang diberikan oleh para pencinta musik gamelan yang diberi nama *friends of* YGF. YGF merupakan *event* besar yang berskala Internasional. Hal tersebut membuat YGF sebagai penyelenggara membutuhkan usaha keras untuk mengumpulkan dana, karena dana untuk menyelenggarakan suatu *event* atau festival membutuhkan dana yang cukup besar.

Berkaitan dengan penjelasan Wibowo (2013:175) sponsor merupakan perorangan atau instansi atau perusahaan yang turut serta membantu memperlancar kegiatan dalam bentuk uang. Keberadaan sponsor penting karena tidak semua kebutuhan dari kegiatan dapat diupayakan sendiri. Namun alasan YGF tidak menggunakan sponsor, karena apabila YGF menggunakan sponsor dari perusahaan *event* tersebut akan menjadi ketergantungan dengan pemberi dana. Tujuan awal yang dibentuk YGF akan berubah sesuai dengan keinginan dari pemberi sponsor.

YGF memiliki peluang yang akan memberikan keuntungan bagi komunitas Gayam16. Dengan adanya dukungan dari media akan memperkenalkan YGF semakin luas dan dapat mempromosikan *event* YGF. Selain adanya peluang ada juga ancaman pada *event* yang akan menghambat penyelenggaraan. Ancaman yang dihadapi YGF yaitu pembicaraan negatif yang ditujukan untuk musik gamelan yang identik dengan kuno dan musik yang lama. Komunitas Gayam16 berusaha untuk menghilangkan tersebut dengan memberikan penampilan yang baik.

Penelitian dalam *event* YGF, komunitas Gayam16 sebagai pihak penyelenggara sudah melakukan analisis SWOT yaitu analisis internal yang menitikberatkan pada kekuatan dan kelemahan dari *event*, serta analisis eksternal untuk mengamati semua gejala dari peluang dan ancaman. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui peluang untuk kedepannya atau kesuksesan *event* YGF dan ancaman yang harus diantisipasi. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Wibowo (2013:104) dengan melakukan analisis SWOT sebelum menyelenggarakan *event*,

penyelenggara dapat memperkirakan suasana lingkungan disekitar *event* secara menyeluruh dan memberikan solusi untuk memperbaiki kekurangan yang terdeteksi sebelum melakukan tahapan-tahap untuk penyelenggaraan. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat memperkirakan lingkungan disekitar apakah dapat diselenggarakan *event* atau tidak. YGF mendapatkan dukungan dari pihak sekitar seperti pemerintah dan masyarakat, sehingga *event* tersebut dapat diselenggarakan selama 21 tahun. Selain itu dengan menggunakan analisis SWOT sebelum menyelenggarakan *event* dapat mendeteksi kekurangan seperti anggaran biaya, komunitas Gayam16 mendapatkan bantuan dari *friends of* YGF. Kekurangan panitia dapat diantisipasi dengan mengadakan *open recruitment volunteer*. Analisis SWOT dari sebuah perencanaan memungkinkan penyelenggara *event* YGF dapat memberikan keputusan berkenaan dengan kelayakan dan fleksibilitas sehingga penyelenggara *event* dapat membuat perubahan yang dibutuhkan sesuai dengan perkembangan dari situasi *event* yang berlangsung.

Tahap selanjutnya adalah menentukan tema. Menurut Suseno (2009:46) nama atau tema dapat mempresentasikan apa yang ingin disampaikan oleh penyelenggara suatu acara. *Event* yang diselenggarakan komunitas Gayam16 adalah Yogyakarta Gamelan Festival dan tema dari YGF adalah Gamelanggeng. Komunitas Gayam16 menyelenggarakan *event* ini untuk menyampaikan serta memperkenalkan musik gamelan yang asli dari Indonesia kepada seluruh negara. Pemilihan nama atau tema sebuah event yang akan berlangsung juga akan mempengaruhi antusias banyak atau tidak dari penonton yang akan hadir.



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

Hasil wawancara menunjukkan tahun 2015, YGF menggunakan nama *event* yaitu Yogyakarta Gamelan Festival yang disingkat menjadi YGF. Nama YGF terdiri dari 3 kata yaitu Yogyakarta yang merupakan kota budaya yang kental dengan tradisi, gamelan merupakan alat musik tradisional yang berasal dari Jawa dan festival merupakan suatu acara berskala Internasional yang diselenggarakan oleh komunitas Gayam16 yang bertujuan untuk memberikan informasi ke target sasaran tentang gamelan, serta mempertemukan pemain dan pencinta musik gamelan diseluruh dunia. Tema yang digunakan YGF tahun 2015 adalah Gamelanggeng. Gamelanggeng artinya gamelan yang langgeng, tema tersebut merupakan turunan dari *grand design* yaitu HOWGH. *Grand design* sudah dibentuk oleh Sapto Raharjo sejak tahun 2005. Tahun 2015 merupakan puncak dari *grand design* tersebut. Komunitas Gayam16 membentuk *grand design* seperti jurnalistik 5W+1H dan menambahkan dengan 2H. H kedua adalah HOWGH yang artinya teriakan orang India atas kesuksesan suatu acara. Mereka akan berteriak Howgh. Hubungan dengan YGF adalah bahwa diselenggarakan

*event* selama 20 tahun, tahun 2015 komunitas Gayam16 sudah mencapai puncak keberhasilan *event* dan selama 20 tahun dapat menjawab dari 5 W + 1 H.

Berdasarkan hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa komunitas Gayam16 sebagai penyelenggara sudah menentukan nama dan tema dalam perencanaan *event*, karena dalam penjelasan Suseno (2009:13) untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam suatu acara yang digelar, salah satu faktor yang terpenting adalah bagaimana acara itu tersusun seperti tema konsep acara. Tema atau *grand design* dari YGF sudah ditentukan dan disusun 10 tahun yang lalu oleh Sapto Raharjo sebagai pendiri *event* YGF, sehingga penerus dan panitia dari *event* YGF selanjutnya dapat meneruskan *event* sesuai dengan tema yang sudah disepakati 10 tahun yang lalu.

Perencanaan *event* YGF selanjutnya yaitu menentukan target sasaran. Target pasar adalah memilih salah satu atau beberapa segmen konsumen yang menjadi fokus dari kegiatan-kegiatan pemasaran. Perusahaan atau komunitas harus memfokuskan kegiatannya pada beberapa bagian saja (segmen) konsumen (Morissan, 2010: 70). Pemilihan segmen dilakukan berdasarkan riset dari penyelenggara. Riset diperlukan untuk menentukan target pasar sesuai keinginan komunitas atau perusahaan agar kegiatan dapat tepat pada sasaran. Target sasaran yang baik adalah dengan menentukan riset seperti target sasaran yang diinginkan hendaknya cukup potensial yaitu populasi yang cukup besar. Terdapat dua kriteria dalam target sasaran yaitu demografis yang melakukan riset berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Adapun yang kedua adalah psikografis yaitu

melakukan riset dengan bertanya kepada calon peserta motivasi untuk melihat *event* dan memilih produk (Ardiansyah, 2011: 64).

Berdasarkan teori diatas, komunitas Gayam16 selaku penyelenggara dari *event* YGF tidak melakukan riset dalam menentukan target sasaran, karena target dari *event* tersebut adalah pemain musik gamelan, dinas kebudayaan, pengamat musi dan penonton diseluruh negara dari anak-anak hingga orang tua. Target penonton dari YGF tidak terbatas dari karakternya saja, namun juga ruang lingkup jangkauan bukan hanya masyarakat di Indonesia saja, tetapi seluruh dunia. *Event* YGF menyelenggarakan dengan tujuan untuk memberikan edukasi atau informasi kepada penonton tentang gamelan dan dapat berlatih untuk bermain musik gamelan.

Berdasarkan hasil dari wawancara target penonton YGF adalah semua masyarakat serta wisatawan baik lokal maupun mancanegara dapat menyaksikan *event* YGF. YGF tidak memiliki target banyaknya penonton, berapa pun yang hadir dalam event YGF akan tetap diselenggarakan, karena komunitas Gayam16 sebagai penyelenggara mengharapkan penonton yang hadir dapat loyal atau setia, cinta dan senang terhadap musik gamelan. Hal tersebut agar musik gamelan tetap dilestarikan, terjaga dan senantiasa ada ditengah masyarakat Indonesia khususnya anak muda. Pada saat krisis moneter panitia sepakat untuk *event* YGF tidak diselenggarakan, tetapi ada protes dari beberapa pemain dan pencinta musik gamelan dari Indonesia dan luar negeri yang ingin tetap event YGF diselenggarakan, sehingga *event* tersebut tidak jadi dibatalkan. *Event* YGF diselenggarakan selama satu hari karena keterbatasan dana. Hal tersebut

membuktikan betapa cinta dan senangnya pemain serta penonton terhadap musik gamelan.

Harapan lain dari komunitas Gayam16 pada *event* YGF agar musik gamelan selalu dilestarikan agar tidak di *claim* oleh negara lain. Adanya pergeseran penonton YGF yang dulu hanya orang yang memiliki kepentingan yaitu para pemain gamelan, kini berubah menjadi semua kalangan dan usia. Target jangka panjang yang diinginkan YGF adalah anak muda. Sesuai dengan teori Wibowo (2013:109) yang menyatakan dalam merencanakan *event* harus menentukan sasaran yang ingin dicapai. Sebuah *event* harus membuat pernyataan yang menggambarkan sasaran untuk jangka panjang dari *event*. Hal tersebut bertujuan untuk membantu memusatkan dan mengarahkan kegiatan-kegiatan penyelenggaraan. Target sasaran yang utama untuk jangka panjang diharapkan YGF adalah anak muda, karena anak muda merupakan generasi penerus yang dapat melestarikan musik gamelan. Penonton tertarik untuk menyaksikan *event* YGF karena penyelenggara menggabungkan antara musik klasik, modern, kontemporer dan tradisional, sehingga semua masyarakat dapat menyaksikannya.

Setelah menentukan target pengunjung *event* YGF, yang harus direncanakan yaitu menyusun strategi yang tepat untuk mencapai sasaran sesuai yang diinginkan oleh penyelenggara. Komunitas atau perusahaan memanfaatkan *event* sebagai sarana untuk mengkomunikasikan pesan dari komunitas. Menurut Iriantara dalam Ruslan (2008) strategi merupakan kebijakan untuk mencapai suatu tujuan yang kemudian dijabarkan kedalam sejumlah strategi atau rencana untuk pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan penyelenggara.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti YGF menggunakan beberapa strategi. Strategi pertama yaitu untuk para pengisi acara, panitia mencari pemain gamelan dari komunitas lain dan bertanya dengan komunitas yang lain untuk meminta rekomendasi pemain gamelan yang sesuai dengan tema tahun 2015. Strategi kedua untuk para calon pemain atau pengisi acara gamelan di *event* YGF mengirim proposal, kemudian akan diseleksi oleh komunitas Gayam16. Pengisi acara gamelan dipilih yang sesuai dengan tema tahun 2015. Setelah dipilih oleh komunitas Gayam16, selanjutnya akan memberikan informasi tentang waktu dan tempat penyelenggara untuk para pemain gamelan melakukan persiapan. Strategi selanjutnya yaitu dalam hal publikasi, YGF menggunakan *social media* untuk mempromosikan *event*. Dengan *update* informasi tentang *event* YGF yang akan diselenggarakan dibulan Agustus berupa informasi teks, pengisi acara, poster, waktu dan tanggal. *Event* YGF menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan blog. Calon pengunjung dapat mendapatkan informasi dari beberapa media sosial yang dimiliki oleh YGF. Kotler dan Keller (2012:563) menjelaskan media sosial menjadi cara bagi konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, suara dan video dengan pengguna lainnya atau target sasaran sebuah perusahaan.

YGF menggunakan beberapa strategi dalam hal pemain gamelan dan strategi mempromosikan di media sosial. Hal tersebut terlihat dari penonton yang hadir merupakan anak muda yang menjadi target sasaran utama YGF, karena generasi muda sudah mengikuti perkembangan teknologi. Para wisatawan lokal dan mancanegara dapat mengakses dari internet untuk mendapatkan informasi.

Sehingga saluran media online dimanfaatkan penyelenggara sebagai penyalur informasi tentang *event* YGF 2015. Hal tersebut penyelenggara *event* mendapatkan keuntungan. Sesuai dengan teori Noor (2013:240) kunci utama yang perlu diketahui adalah keuntungan apa yang akan didapat oleh pengunjung terhadap *event*. Keuntungan yang didapatkan oleh komunitas Gayam16 adalah *event* YGF dikenal diseluruh negara. Sedangkan keuntungan yang didapatkan pengunjung saat menyaksikan *event* YGF adalah mendapatkan pengalaman baru tentang nama-nama gamelan, ketukan-ketukan untuk irama gamelan, informasi dan bisa komunikasi dengan para pemain gamelan.

Menurut Shone dan Parry (2002) untuk mendapatkan pilihan terbaik mengenai waktu dan tempat penyelenggaraan sebaiknya mencari informasi atau survey sebanyak mungkin tentang waktu yang tepat dan tempat yang strategis untuk penyelenggaraan. Hal tersebut bertujuan untuk mengantisipasi masalah agar tidak bersamaan dengan *event* sejenis yang akan diselenggarakan di Yogyakarta. Sejak berdirinya YGF, *event* YGF diselenggarakan ditempat yang berbeda-beda seperti sekretariat Gayam16, di sekolah-sekolah yang mempelajari tentang gamelan, universitas, pasar ngasem dan Taman Budaya Yogyakarta (TBY). Tempat YGF disesuaikan dengan momentum yang sedang terjadi. Selain itu dalam menentukan waktu penyelenggaraan menurut Noor (2013:146) juga berhubungan dengan besarnya biaya yang ditetapkan. Menetapkan tanggal pelaksanaan sangat diperlukan untuk membuat rencana yang tepat, penyelenggara sebaiknya menentukan tanggal cadangan, karena bisa terjadi perubahan waktu penyelenggara dan tidak didukung oleh fasilitas yang lainnya. Perubahan waktu

bisa saja terjadi karena adanya kendala-kendala saat perencanaan atau belum siapnya suatu komunitas atau penyelenggara.

Untuk waktu diselenggarakannya, YGF memiliki kalender khusus yaitu antara bulan Juni, Juli dan Agustus. Untuk tahun 2015, komunitas Gayam16 selaku penyelenggara *event* melihat atau melakukan survey selama tiga bulan untuk pemilihan tempat yang tepat untuk *event* YGF. Setelah melihat situasi bulan Juni dan Juli tidak dapat diselenggarakan, akhirnya YGF memilih bulan Agustus tanggal 15,16 dan17 yang bertepatan dengan hari Kemerdekaan Indonesia.

Berdasarkan dari hasil wawancara diperoleh gambaran bahwa pihak komunitas Gayam16 menentukan waktu penyelenggaraan setengah tahun sebelum *event*, karena pemain yang berasal dari luar negeri membutuhkan persiapan untuk berlatih gamelan, mengumpulkan dana dan mengurus visa. Sejak awal terbentuknya YGF bulan Juli merupakan kalender untuk penyelenggaraan *event* YGF, akan tetapi tahun 2014 dan 2015 diubah menjadi bulan Agustus, karena bertepatan dengan bulan Suci Ramadhan. Pemilihan waktu antara bulan Juni, Juli dan Agustus, YGF menentukan waktu dengan mengikuti negara yang dari empat musim yang bertepatan dengan musim panas dan libur panjang untuk negara lain. Harapan komunitas Gayam16 dalam *event* YGF, wisatawan tidak hanya menyaksikan event YGF saja, tetapi wisatawan dapat menyaksikan berbagai macam *event* lainnya yang diselenggarakan di Indonesia. Lamanya waktu penyelenggaraan *event* juga dapat menjadi daya dukung untuk kesuksesan *event*. *Event* YGF diselenggarakan selama tiga hari.

Sebelum menentukan tempat untuk penyelenggaraan event YGF tahun 2015, komunitas Gayam melakukan survey lokasi di beberapa tempat. Pemilihan dan survey lokasi harus direncanakan dan dilakukan secara matang oleh panitia. YGF sebelum menentukan lokasi, panitia mengadakan rapat untuk beberapa tempat yang menjadi pilihan. Panitia sesuai divisi melakukan survey lapangan. Masalah yang sering terjadi untuk pengambilan keputusan tempat atau lokasi adalah tempat yang tidak strategis dan tempat yang diinginkan digunakan oleh *event* lain.

Menurut hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, lokasi pementasan *event* YGF tahun 2015 ini dinilai strategis, karena lokasinya berada di Taman Budaya Yogyakarta (TBY) yang berada di tengah-tengah kota Yogyakarta dan dekat tempat wisata yang lain seperti Malioboro, 0 KM, alun-alun, Keraton dan tempat wisata yang lain. Hal ini mendapatkan antusias penonton dengan banyaknya yang hadir. Menurut Noor (2009:145) pemilihan tempat *event* akan memberikan makna khusus bagi terselenggaranya *event*. Tempat akan mempengaruhi kesan pengunjung terhadap *event* dan akan datang untuk tahun-tahun selanjutnya.

Waktu dan lokasi penyelenggaraan *event* YGF tahun 2015. Panitia sudah menentukan waktu serta lokasi yang sesuai dengan teori yang ada. Hal tersebut selaras dengan seperti yang jelaskan oleh Pudjiastuti (2010:20) mengenai pemilihan waktu dalam pelaksanaan event sudah dipertimbangkan dalam perencanaan sebelumnya dan atas ketersediaan waktu dari masyarakat. Lokasi yang strategis dan adanya bantuan dari dinas kebudayaan Yogyakarta untuk



perijinan lokasi yang memudahkan wisatawan untuk datang ke YGF, dalam hal waktu yang membuat penonton berkurang dari tahun sebelumnya sebaiknya pihak YGF lebih matang memilih waktu untuk tahun berikutnya. Tempat yang strategis akan mempengaruhi peserta yang hadir. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Suseno (2009:46) penentuan lokasi akan ikut menentukan berapa banyaknya pengunjung atau penonton yang datang, selain itu lokasi penyelenggaraan *event* mempengaruhi atmosfer suasana pertunjukan untuk mempengaruhi emosi penonton.

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

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh gambaran bahwa pihak komunitas Gayam16 setelah membuat program untuk YGF tahun 2015, panitia diberikan tugas untuk menentukan anggaran sesuai kebutuhan dari divisinya. Setelah membuat anggaran biaya, panitia setiap divisi memberikan laporan biaya ke manager keuangan lalu diadakan rapat untuk persetujuan biaya yang harus dikeluarkan. YGF tidak menggunakan sponsor

untuk dana, dana yang didapatkan berasal dari uang kas komunitas Gayam16, hasil dari pengisi acara di *event* yang lain dan donasi dari *friends of YGF*. YGF dalam rancangan anggaran biaya menggunakan perkiraan dana dari bawah-atas (*bottom up*).

Rancangan anggaran biaya pihak penyelenggara *event* YGF kurang baik, karena mereka tidak menggunakan sponsor untuk meringankan biaya. *Event* YGF hanya mengandalkan dana dari uang kas yang mereka miliki dan donasi. Sponsor diperlukan untuk *event* yang berskala Internasional, karena dana yang mereka butuhkan untuk *event* selama tiga hari sangat besar. Hal tersebut sesuai dengan teori Wibowo (2013:175) sponsor merupakan instansi yang turut membantu dan memperlancar kegiatan dengan bentuk yang bisa dikonversi dalam bentuk uang. Keberadaan sponsor menjadi penting karena tidak semua kebutuhan kegiatan dapat diupayakan sendiri dengan adanya sponsor akan menjadikan kekuatan utama dalam pelaksanaan *event*. YGF memiliki alasan tidak menggunakan sponsor karena jika menggunakan sponsor akan merubah tujuan sesuai dengan kepentingan dari perusahaan dan jika suatu *event* ketergantungan dengan sponsor yang besar apabila pihak pemberi sponsor menghentikan maka *event* YGF akan kesulitan untuk menutupi kekurangan dana.

Berdasarkan hasil dari penelitian, observasi, wawancara dan teori yang berkaitan dengan perencanaan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF) dapat dinyatakan pihak penyelenggara yaitu komunitas Gayam16 telah memiliki perencanaan sesuai dengan teori untuk memenuhi syarat menyelenggarakan *event*, karena beberapa dari perencanaan sesuai dengan teori. Sesuai dengan teori

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

## **2. Pengorganisasian atau pembentukan panitia *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)**

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

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

Koordinasi yang baik menurut Noor (2009:104) bahwa dalam merencanakan *event* memiliki banyak keuntungan, termasuk didalamnya koordinasi yang baik antara anggota panitia tetap berfokus pada ide yang ditampilkan, berfikir kedepan sebagai alat kontrol yang efektif untuk kemajuan pelaksanaan *event*. Dalam penyelenggaraan *event* komunitas Gayam16 memiliki keuntungan penonton yang hadir bukan hanya wisatawan lokal tapi hingga mancanegara dan gamelan semakin dikenal oleh seluruh dunia. Koordinasi yang baik dengan melakukan rapat rutin sebelum diselenggarakan *event* YGF di sekretariat Gayam16 dan koordinasi antara panitia saat pelaksanaan *event* dengan saling memberikan informasi dari situasi yang terjadi.

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

Hasil dari wawancara menjelaskan pada *event* YGF Sapto Raharjo membentuk tim tujuh (manager) seperti manager festival, manager keuangan, manager ilmu teknologi, manager publikasi, manager sumber daya manusia, manager komunitas, manager ekonomi dan *staff* dibawah manager. Masing-masing dari manager memiliki tugas dan pemahaman yang berbeda-beda. Selain dari manager YGF mengadakan *open recruitment* (oprec) untuk *volunteer*. *Oprec* diadakan setiap dua tahun sekali. Calon *volunteer* akan dites oleh komunitas Gayam16. *Oprec volunteer* yang terbuka yaitu mengadakan tes wawancara, tertulis, pelatihan dan akan dites kembali. Selain itu *oprec volunteer* tertutup, Gayam16 akan memilih calon *volunteer* dengan memilih dari teman-teman yang ada di komunitas Gayam16.

Dalam hal pembentukan panitia untuk *event* YGF komunitas Gayam16 sesuai dengan teori yang berkaitan. Dalam hal pembentukan panitia dan kepemimpinan, YGF membentuk struktur organisasi yang terdiri dari tim tujuh manager, *staff* dibawahnya dan memberikan peluang masyarakat untuk dapat berpartisipasi menjadi panitia dengan *oprec volunteer*. Menurut Wibowo (2013: 68) suksesnya sebuah *event* tidak lepas dari kerja keras dari beberapa orang kreatif yang tergabung dalam sebuah tim atau panitia. Bisa mengemas acara dengan menarik, sehingga penonton yang datang untuk menyaksikan *event* dapat menikmati. YGF mengemas *event* dengan mengadakan kolaborasi antara penonton, pemain dari Indonesia dan pemain gamelan dari luar negeri disetiap akhir acara. Hal tersebut bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik antara penonton dan pemain gamelan. Untuk menyelenggarakan *event* yang besar seperti

YGF dibutuhkan orang yang banyak untuk terlibat dan saling bekerjasama untuk kesuksesan *event*.

### **3. Pelaksanaan *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)**

Setelah semua perencanaan dilalui dari perencanaan *event*, pembentukan panitia, maka tahap selanjutnya adalah menuangkan rencana kedalam pelaksanaan *event*. Pada tahap ini semua anggota panitia terlibat dalam proses pelaksanaan akan memberikan hasil dari perencanaan yang telah disusun. Sebelum *event* diselenggarakan, pihak penyelenggara terlebih dahulu melakukan gladi bersih atau pengecekan terhadap beberapa komponen. Pengecekan dilakukan pada persiapan teknis yaitu *lighting, micropone, venue* dan faktor pendukung lainnya. Selanjutnya pengecekan pada pemain gamelan yang akan tampil. Pentingnya melakukan pengecekan kembali sebelum dimulainya *event*, apabila terjadi sesuatu hal diluar dugaan panita penyelenggara dapat langsung membuat solusi untuk segera diselesaikan. Saat penyelenggaraan kekompakan antara panitia harus tetap terjaga. Pudjiastuti (2010:88) menyatakan bahwa gladi bersih adalah kegiatan yang mencoba dan mengecek apakah setiap komponen kegiatan telah siap. Melakukan gladi bersih merupakan langkah yang penting sebelum pelaksanaan untuk mengurangi kendala-kendala saat pelaksanaan.

Menurut Ruslan (2007:231) dengan menyelenggarakan acara atau festival kegiatan khusus merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian dari masyarakat terhadap produk, komunitas atau perusahaan tertentu yang akan

ditampilkan melalui aktivitas *special event* itu sendiri. Berdasarkan dari hasil wawancara bahwa penonton tertarik untuk menyaksikan *event* YGF karena dapat menggabungkan antara musik klasik, modern, kontemporer dan tradisional. Rangkaian acara yang diberikan penonton dengan menampilkan pemain gamelan secara bergantian yaitu pemain Indonesia dengan tari, paduan suara serta musik gamelan, kemudian penampilan dari luar negeri tampil. Penutupan menampilkan kolaborasi dari semua pemain gamelan. Hal tersebut mampu menarik wisatawan lokal dan mancanegara dalam *event* YGF..

Pelaksanaan *event* YGF dapat diselenggarakan dari hari pertama hingga hari ketiga yaitu penutup. Dari hasil wawancara yang berkaitan dengan operasional *event* diperoleh informasi bahwa pada tahap pelaksanaan komunitas Gayam16 menyesuaikan jadwal yang sudah ditentukan, tema atau *grand design* yang dibuat oleh komunitas Gayam16, penyusunan anggaran biaya dan pemain gamelan. Pelaksanaan *event* YGF dimulai dari pembukaan yang dilakukan oleh pembawa acara atau MC kemudian peresmian pembukaan *event* dengan memukul gong, selanjutnya penampilan para pemain gamelan dari Indonesia, luar negeri dan ditutup dengan kolaborasi antara pemain gamelan dengan penonton.

Setelah melakukan kegiatan operasional pengecekan dan lain-lain, selanjutnya pihak penyelenggara *event* YGF melakukan kontrol terhadap pelaksanaan *event*. Kontrol atau pengawasan merupakan hal yang penting dalam rangkaian pelaksanaan. Pengawasan dapat dilakukan oleh orang-orang dalam kepanitiaan yang bertanggung jawab di bidang masing-masing sesuai dengan *jobdesk* yang ditentukan.

Pada saat penyelenggaraan *event*, permasalahan dalam *event* YGF masing sering terjadi terutama masalah dilapangan saat berlangsungnya *event*. Masalah atau kendala yang terjadi adalah pada saat dipintu masuk banyaknya penonton yang hadir sehingga panitia susah untuk mengontrol, *sound* yang sedikit bermasalah dan *venue* yang kurang mendukung sehingga susah untuk mengontrol penonton yang masih tetap mengambil atau merekam penampilan YGF yang dilarang oleh panitia.

Panitia penyelenggara dituntut untuk dapat mengatasi masalah atau kendala tersebut agar tidak mengganggu jalannya *event* YGF yang telah direncanakan sebelumnya. Selaras dengan Noor (2009:196) salah satu bagian penting dalam penyelenggaraan *event* yang sukses adalah adanya resiko yang dapat dikelola dengan baik. Pihak penyelenggara *event* YGF dapat menyelesaikan kendala-kendala tersebut. Resiko atau kendala yang dihadapi saat pelaksanaan *event* YGF tahun 2015 adalah *sound* yang kurang, kadang terdengar kecil dan besar. Panitia yang melihat kendala tersebut segera memberitahukan kepada panitia yang bergerak dibidang peralatan untuk segera memperbaiki.

Pada *event* YGF tahun 2015, YGF melakukan pelaksanaan dengan baik dan dapat mengantasi kendala-kendala atau masalah yang terjadi pada saat pelaksanaan. Noor (2009:200) mengungkapkan bahwa tahapan dalam identifikasi resiko yang terjadi dalam *event* adalah dengan melakukan identifikasi, pengecekan, penetapan, kontrol, pendataan dan evaluasi. Kendala-kendala yang dihadapi akan menjadi evaluasi yang harus diperbaiki oleh komunitas Gayam16 selaku penyelenggara *event* YGF.



#### 4. Evaluasi *event* Yogyakarta Gamelan Festival (YGF)

Setelah proses pelaksanaan *event* YGF dilaksanakan, tahap selanjutnya adalah evaluasi. Evaluasi merupakan bagian dari manajemen *event* dengan menilai sebaik apa *event* tersebut diselenggarakan dan kritikan untuk *event* tersebut. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui hasil dari proses pelaksanaan yang telah komunitas Gayam16 lakukan dari proses perencanaan hingga proses pelaksanaan. Masing-masing panitia menyampaikan keluhan, kegelisahan, kepuasan dan saran selama menjalani proses perencanaan dan pelaksanaan *event*.

Selain itu evaluasi merupakan bagian dari sistem manajemen *event* dimana pada tahapan ini para penyelenggara dapat mengetahui sukses atau tidaknya *event* dan solusi untuk pelaksanaan untuk *event* tahun selanjutnya. Menurut Allen (2010:492) penilaian terhadap efektifitas program, implementasi perencanaan, sampai tercapai atau tidaknya tujuan dari *event* dapat ditentukan dari penilaian hasil dari evaluasi. Evaluasi terdiri dari *pre-event evaluation*, *the monitoring and control process* dan *post event evaluation*.

*Pre-event evaluation* merupakan evaluasi yang dilakukan untuk analisis kelayakan yang berlangsung sebelum *event*. Menurut hasil dari penelitian, pihak penyelenggara *event* sudah melakukan perencanaan dengan baik dari konsep atau tema, anggaran, strategi dan lain-lain. Rapat dilakukan sebelum memberikan keputusan dalam perencanaan dan persetujuan antara panitia diperlukan. Evaluasi selanjutnya yaitu *the monitoring and control process*, hal ini dilakukan selama

masa implementasi kegiatan *event* yang bertujuan untuk memastikan kesesuaian antara perencanaan dengan pelaksanaan. Dari hasil observasi peneliti, pihak penyelenggara khususnya manager festival selaku penanggung jawab dari *event* YGF sudah melakukan pemantauan dan pengawasan selama berjalannya *event*. Semua terlihat sibuk dengan tugasnya masing-masing serta memantau dan mengecek sesuatu yang kurang dan masih belum terlaksana. Selanjutnya adalah *post event evaluation*, merupakan evaluasi yang bertujuan untuk menilai dan mengukur hasil akhir dari pelaksanaan *event* dan bagaimana mengembangkan *event*. Hasil wawancara dapat dijelaskan bahwa evaluasi setelah *event* Gayam16 dengan mengukur keberhasilan, melakukan rapat evaluasi setelah *event* dan pembubaran panitia.

Komunitas Gayam16 dalam menentukan indikator keberhasilan *event* YGF memiliki perbedaan dalam penilaian dari setiap anggota manager, ada yang mengukur dari apresiasi penonton yaitu jumlah penonton yang datang, semakin banyak penonton yang datang semakin sukses pertunjukan, ada manager yang menilai dari terlaksananya semua program sesuai yang telah direncanakan dan tidak ada kendala saat *event* diselenggarakan.

Keberhasilan *event* juga ditentukan adanya umpan balik dari penonton yang menyaksikan. Sesuai dengan penjelasan Cangara (2013:56) proses dari penyebaran informasi tidak boleh berlangsung hanya satu arah, tapi diharapkan bisa menumbuhkan partisipasi dalam bentuk umpan balik dari masyarakat. Umpan balik diperlukan untuk mengetahui sampai atau tidaknya informasi yang disebarkan oleh penyelenggara. Besarnya umpan balik dapat dijadikan sebagai

indikator besarnya partisipasi dari masyarakat yaitu peningkatan pengetahuan, pengalaman yang didapatkan atau kekesalan masyarakat. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan penonton YGF, YGF mendapatkan respon yang baik dari penonton dengan memberikan komentar positif, penonton menikmati acara dan penonton mendapatkan informasi baru tentang gamelan dan penonton dapat berpartisipasi dengan naik ke panggung. Adapun saran yang diberikan oleh penonton akan disampaikan kepada panitia divisi LO (*liaison officers*). Tugas LO adalah untuk menerima segala keluhan, saran serta masukan dari penonton yang kemudian akan disampaikan kepada panitia lain dan menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan *event* YGF .

Evaluasi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara *event* YGF bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari rangkaian acara yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan setelah *event* selesai. Evaluasi dari keseluruhan rangkaian acara dilakukan dengan mempertimbangkan jumlah pengunjung dan pemain gamelan yang hadir. Selain itu tanggapan dan penilaian dari penonton yang hadir tentang pelaksanaan *event* YGF tahun 2015. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Allen (2010:492).

Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, evaluasi dari *event* YGF yang diselenggarakan komunitas Gayam16 melakukan evaluasi dengan terstruktur yaitu melakukan evaluasi setiap divisi dan memberikan saran atau masukan untuk setiap divisi. Setelah itu membubarkan panitia untuk *event* YGF dan membentuk panitia untuk tahun selanjutnya. Setelah melakukan evaluasi

terhadap perencanaan dan pelaksanaan *event*, pihak penyelenggara *event* YGF tahun 2015 setiap divisi membuat laporan pertanggung jawaban dan akan dibahas saat rapat evaluasi.