

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

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

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

Berbicara tentang Aceh, adalah sebuah masyarakat yang menetap di ujung pulau Sumatra wilayah Indonesia. Hampir seluruh penduduk Aceh beragama Islam yang taat. Selain itu, Aceh juga terkenal sebagai wilayah yang pertama kali tersentuh penyebaran Islam di Asia Tenggara (Arifin,2016:252). Berdasarkan seminar sejarah masuknya Islam ke Indonesia yang dilangsungkan di Medan pada

tanggal 17-20 Maret 1963, telah diambil kesimpulan antara lain bahwa Islam masuk untuk pertama kalinya ke Indonesia pada abad 1 Hijriah dan langsung dari Arab, dan bahwa daerah pertama didatangi Islam ialah pesisir Sumatra dan setelah terbentuknya masyarakat Islam maka raja Muslim pertama berada di Aceh. (Said, 61).

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

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

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

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

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

Pergelaran *event* Tari Saman 10.001 penari kabupaten Gayo Lues ini merupakan *event* kedua yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Gayo Lues. Pertama kali diselenggarakannya *event* Tari Saman dengan jumlah peserta besar yaitu pertunjukan Tari Saman 5005 yang diselenggarakan pada tanggal 24

November 2014. Yang meliputi acara pemecahan rekor dunia oleh Musium Rekor Indonesia (MURI). (<http://iloveaceh.org/3876/2014/11/13/5005-penari-saman-massal-di-hari-saman/>, diakses pada 15 januari pukul 15.40). Adapun dari kedua *event* yang diselenggarakan ini adalah bagian dari pihak UNESCO yang mengisyaratkan adanya pergelaran Tari Saman pertunjukan untuk memunculkan keberadaanya setidaknya tiga tahun sekali, apabila tidak diselenggarakan maka status Tari Saman bisa dicabut dari daftar warisan UNESCO.

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

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

**Tabel 1.1**

**Tabel perbandingan *event* di Gayo Lues tahun 2017**

No	Nama Event	Jumlah peserta	Lama event	Media promosi
1	Tari saman	10.001	Satu hari	Instagram, Youtube, Facebook, Inews TV , Kompas, BBC, baliho, spanduk
2	Turnamen Pacu Kuda Tradisional	201 ekor kuda	1 Minggu	Facebook, majalah daerah Lentayon, baliho
3	Festival musik etnik modern	16	1 hari	Facebook, Instagram
4	Turnamen Bupati cup	40	1 bulan	Baliho, Koran serambi Aceh

Sumber :

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

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

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

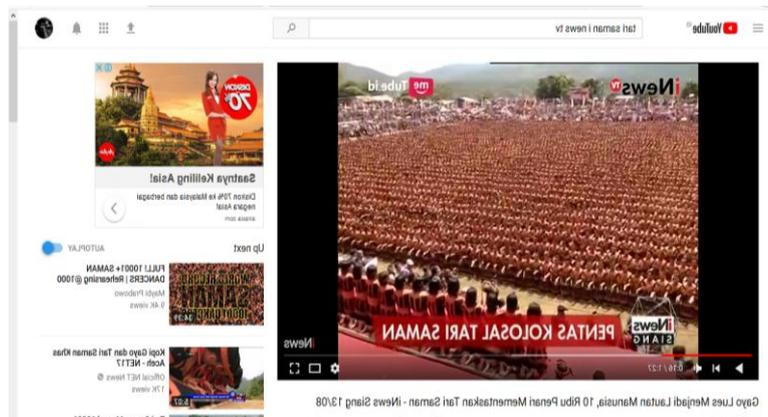
Gambar di bawah ini adalah beberapa poster media promosi yang di sebarakan oleh Dinas Pariwisata Gayo Lues selaku pelaksana acara melalui media sosial dan liputan berita oleh beberapa media nasional yang ikut memberitakan acara Tari Saman 10.001 penari

**Gambar 1.1 Poster promosi Tari Saman melalui media sosial Facebook**



Sumber : Facebook Dinas Pariwisata Gayo Lues.

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



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

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



Sumber : Instagram Dinas Pariwisata Gayo Lues.

**Gambar 1.4 Kompas meliput penyelenggaraan tari Saman**



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

**Gambar 1.5 BBC indonesia meliput tari Saman**



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

## **B. Rumusan Masalah**

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

## **C. Tujuan penelitian**

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

#### **D. Manfaat penelitian**

##### 1) Manfaat teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan manajemen *event* pada sebuah festival

##### 2) Manfaat praktis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak penyelenggara *event* Tari Saman 10.001 penari oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gayo Lues dalam melakukan manajemen *event* yang efektif.

#### **E. Landasan Teori**

##### 1. *Event* dan Komunikasi

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

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

Dalam arti sempit *event* adalah perencanaan, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dengan pengunjung. Sedangkan dalam arti luas *event* adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh

sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang kesuatu agar mereka mendapatkan suatu informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diselenggarakan oleh penyelenggara (Kennedy,2009:172).

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

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

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

Dalam menjalankan event tentunya harus menggunakan promosi yang baik untuk mempromosikan *event* tersebut menurut Muhammad (2009:19) disaat melakukan atau mempromosikan produk, anda harus dapat mempesona mata atau merangsang keseluruhan indra kemudian menyentuh hati. Dengan begitu, pelanggan akan benar-benar dan semakin jatuh hati pada produk yang ditawarkan. Dalam banyak kenyataan kegiatan promosi dilakukan dengan cara

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

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

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

Iklan juga merupakan alat dari sebuah *event* dalam mempromosikan sebuah *event*. Pengiklanan merupakan promosi yang bersifat impersonal dan ia meliputi

aktifitas mentransmisi pesan-pesan standar kepada penerima pesan yang dijadikan sasaran. Pihak yang menempatkan iklan dapat memilih antara sejumlah media besar media pesanan dan didalamnya tercakup

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

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

keputusan seseorang dalam memilih produk yang hendak dibeli. (Widyatama,2004:161).

*Event* sendiri berkaitan langsung dengan pemasaran menurut penjelasan dari Grey (2006:81) tujuan pemasaran adalah untuk medatangkan orang-rang ke acara yang diselenggarakan melalui berbagai upaya pemasaran, adapun cara pemasaran yang dilakukan agar masyarakat menarik diri untuk hadir di acara tersebut dengan cara

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

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

- a. *Event* sebagai atraksi (*attraction*) sangat jelas dapat diungkapkan dimana kegiatan *event* merupakan atraksi/daya tarik tersendiri bagi sebuah destinasi. Atraksi adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat/dinikmati

- b. *Event* sebagai pemberi citra dan destinasi (*image maker*) melalui kegiatan *event* sebuah destinasi dapat memasarkan dirinya untuk memberikan kesan dan pandangan terhadap destinasi yang ditawarkan
- c. *Event* sebagai pendorong tumbuhnya atraksi wisata (*animators of static attractions*). Melalui *event* kegiatan dapat ditunjukkan segala bentuk atraksi yang merupakan ajang aktivitas dan kreativitas pelaku *event*
- d. *Event* sebagai penggerak tumbuhnya pembangunan sektor lain (*catalyst for other development*) melalui *event*, pertumbuhan sektor lain secara tidak langsung tumbuh untuk melengkapi kegiatan *event* yang dilaksanakan.

## **2. Manajemen *Event***

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

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

meliputi: perencanaan program sekolah/madrasah, pelaksanaan program sekolah/madrasah kepemimpinan kepala sekolah/madrasah. Pengawas/evaluasi, dan sistem informasi sekolah/madrasah (Usman,2010:5).

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

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

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

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

a. Planning (perencanaan)

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

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

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

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

## 1. Penetapan tujuan

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

## 2. Rencana awal

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

### 3. Rencana detil

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

#### a. Bidang keuangan

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

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

#### b. Rencana operasional

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

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

#### c. Kegiatan Bagian pemasaran

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

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

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

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

- 1) Materi pementasan

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

- 2) Panggung dan dekorasi

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

### 3) Menentukan Tema

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

#### **b. *Organizing* (pengorganisasian)**

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

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

1) Proses pengadaan pegawai

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

2) Menarik Sukarelawan

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

3) Seleksi

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

4) Memotivasi karyawan dan sukarelawan

Motivasi merupakan komitmen setiap orang untuk mengambil peran pada *event* yang diselenggarakan dengan penuh antusias. Motivasi berhubungan erat dengan pencapaian yang telah ditetapkan. Kemampuan seorang *event manager*

dalam memotivasi anggotanya merupakan komponen yang fundamental dan memerlukan keterampilan khusus

**c. *Actuating* ( pelaksanaan)**

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

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

Pada tahap pelaksanaan *event* semua tim atau panitia bekerja dilapangan untuk mempersiapkan *event* sampai *event* selesai digelar. Dalam produksi kinerja *event organizer* (EO) akan berperan paling penting dan kinerja diamati banyak pihak, baik pengumpulan dana atau sponsor, menyelesaikan masalah penonton yang datang, saat kegiatan atau *event*, akan terlihat kru atau tim sibuk melakukan koordinasi dan tegang. Bila dalam pra *event* semua sudah terkonsep dengan matang, maka dalam tahap penyelenggaraan *event* operasional akan berjalan rapi dan lancar (Hafidz, 2007:71)

#### **d. *Controlling* (Evaluasi)**

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

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

#### **F. Penelitian terdahulu**

Penelitian tentang penyelenggaraan *event* tentang pertunjukkan seni akhir-akhir ini mulai marak dilakukan. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang peneliti lakukan. Beberapa penelitian terdahulu tersebut merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh :

penelitian terdahulu pertama berjudul Analisis dan Perancangan sistem manajemen *event* berbasis *mobile push notification* sebuah jurnal yang disusun oleh Ardiansyah. Fokus dari penelitian ini adalah mewujudkan rancangan sistem aplikasi *event* yang dapat digunakan oleh para pengguna mulai dari penyelenggara acara hingga calon peserta dengan memanfaatkan teknologi internet dan piranti mobile. Adapun perbedaan dengan peneliti yaitu jurnal dari Ardiansyah ini tidak membahas manajemen *event* didalam penelitiannya melainkan membuat suatu program melalui sistem Android yang bernama iEvent.

Penelitian terdahulu kedua yaitu perencanaan *event managemen Festival* kesenian sebagai media komunikasi identitas Yogyakarta. Tahun 2014 yang di susun oleh Johan Saputro mahasiswa komunikasi penyiaran islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini berfokus bagaimana festival kesenian Yogyakarta dapat menjadi identitas Yogyakarta. Berbeda dengan peneliti yang hanya berfokus bagaimana manajemen *event* Tari Saman 10.001 penari yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Gayo Lues. Kemudian lokasi penelitian yang dilakukan oleh Johan Saputro berada di Yogyakarta sedangkan peneliti berlokasikan di Gayo Lues. Adapun persamaan peneliti dengan Johan saputra yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai model penelitiannya.

Penelitian terdahulu yang ketiga yaitu manajemen *event* Dieng Culture Festival Tahun 2014 Dalam Mendukung peningkatan Jumlah Wisatawan Kabupaten Banjarnegara Tahun 2014 yang disusun oleh Gestanda Hertama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian

ini berfokus kepada bagaimana manajemen *Event* Dieng cultur festival ikut meningkatkan jumlah pariwisata di Kabupaten Banjarnegara khususnya di Dieng. Beda dengan peneliti yang hanya mengambil bagian manajemen *event* nya saja. Perbedaan yang kedua yaitu saudara Gestanda Hertama mengambil lokasi penelitian di Dieng sedangkan peneliti mengambil objek penelitian di kabupaten Gayo Lues. Adapun persamannya yaitu peneliti dengan saudara Gestanda Hertama sama-sama mengambil model penelitian deskriptif kualitatif sebagai model penelitian.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, karena sifat data yang dikumpulkan bercorak kualitatif tidak menggunakan alat-alat pengukur. Metode kualitatif menghasilkan data-data deskriptif, dan mendeskripsi dalam bentuk kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang, serta mengamati perilaku, motivasi dan persepsi (Moleong, 2006:8). Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta atau sebagaimana adanya (Nawawi, 1995:63)

### **2. Teknik pengambilan data informan**

Teknik sampling dalam penelitian kualitatif merupakan satu teknik yang menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber. Tujuan dari teknik sampling adalah untuk merinci kekhususan yang ada kedalam ramuan

konteks yang unik untuk menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang akan muncul (Moleong,2002:165).

Adapun teknik pengambilan informan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik purposive sample. Teknik ini berdasarkan pada ciri-ciri dan sifat-sifat tertentu yang diperkirakan yang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sample (Narbuko dan Achmadi,2007:70)

Karakteristik informan yang dipakai dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa pertimbangan karakteristik informan sebagai berikut.

1. Informan dari panitia
  - a. Masuk ke dalam struktur kepanitian *event*
  - b. Memahami tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi *event*
2. Informan pengunjung *event*

Informan pengunjung *event* yang peneliti ambil adalah informan yang turut hadir saat pelaksanaan *event* dari awal sampai akhir acara.

Berdasarkan kriteria informan yang telah peneliti tentukan di atas, maka informan yang sesuai dengan kriteria informan yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu :

1. Bapak Syafruddin S.sos yang merupakan ketua pelaksana *event* Tari Saman 10.001 penari yang memiliki pengaruh besar atas berjalannya *event*.
2. Bapak Zulkifli selaku panitia pelaksana keuangan yang memahami jalan *event* dari awal sampai selesai

3. Anto selaku Wakil Kepala Urusan Pemerintahan desa Kampung Jawa yang memahami persiapan penari dari desa kampung jawa.
4. Pengunjung *event* yang terdiri dari berbagai macam masyarakat khususnya yang hadir saat *event* digelar.

### **3. Tempat dan waktu penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan bulan Juni di kantor Dinas Pariwisata kabupaten Gayo Lues, Aceh dengan objek penelitian *event* Tari Saman 10.001 penari

### **4. Teknik pengumpulan data**

#### a. Dokumentasi

Dokumen adalah setiap bahan tertulis atau film yang tidak di persiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti sedang *record* ialah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa. Dokumen dapat dipahami sebagai setiap catatan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lalu, baik yang dipersiapkan maupun yang tidak dipersiapkan untuk suatu penelitian. Disamping itu, dapat ditambahkan seperti usulan, kode etik, buku tahunan, selebaran berita, surat pembaca, surat kabar, majalah ilmiah, dan sebagainya (Ghony,2016:199).

#### b. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada teknik wawancara, khususnya wawancara mendalam(*depth interview*). Teknik ini merupakan teknik pengumpulan data yang khas penelitian

kualitatif. Lebih lanjut dinyatakan bahwa cara utama yang dilakukan pakar metodologi kualitatif untuk memahami persepsi, perasaan, dan pengetahuan orang-orang dengan wawancara mendalam dan intensif (Ghony,2016:175).

Persiapan wawancara tak terstruktur dapat di selenggarakan menurut tahap-tahap tertentu. Tahap pertama ialah menemukan siapa yang akan diwawancarai. Barangkali pada suatu saat pilihan hanya berkisar di antara beberapa orang yang memenuhi persyaratan. Mereka adalah yang berperan, yang pengetahuannya luas tentang daerah atau lembaga tempat penelitian, dan yang suka bekerja sama untuk kegiatan penelitian yang sedang dilakukan.

Langkah kedua ialah mencari tahu bagaimana cara sebaiknya untuk mengadakan kontak dengan mereka. Karena responden adalah orang-orang pilihan, dianjurkan jangan membiarkan orang ketiga yang menghubungi, tetapi peneliti sendirilah yang melakukannya.

Langkah ketiga ialah mengadakan persiapan yang matang untuk pelaksanaan wawancara. Hal ini berarti pewawancara hendaknya mengadakan latihan terlebih dahulu bagaimana memperkenalkan diri dan memberikan ikhtisar singkat tentang penelitian. Pengetahuan yang dimiliki dapat menghangatkan wawancara, memecahkan dinginnya wawancara dan sebagainya. selain itu harus juga menetapkan pula alat perekam yang digunakan dalam wawancara nanti (Moleong,1997:145).

## **5. Teknik analisis data**

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen, 1982 dalam Moleong (2008:248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data,

mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Adapun langkah analisis data yaitu

a. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan upaya penyusunan sekumpulan informasi kedalam suatu matrik atau konfigurasi yang mudah dipahami. Konfigurasi akan memungkinadanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data ini bisa dengan menggunakan matrix, grafik atau bagan dan rancangan untuk menggabungkan informasi . Fungsi dari penyajian data yaitu untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya.

c. Menarik Kesimpulan

Proses terakhir adalah menarik kesimpulan dari semua informasi yang telah dikumpulkan dan di olah melalui berbagai teknik yang telah dijelaskan sebelumnya. Dari pengumpulan data, mencari data, mencari makna yang telah diperoleh dan menyusun data-data kedalam suatu informasi yang mudah dipahami

dan ditafsirkan. Data yang terkumpul disusun berurutan, kemudian dikategorikan sesuai dengan perincian masalahnya. Data tersebut dihubungkan serta dibandingkan antara satu dengan yang lainnya, sehingga mudah untuk menarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan.

## **6. Uji validitas data**

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi yaitu teknik pemeriksaan sekeperluan pengecekan atau sebagai pembanding data itu. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dengan sumber-sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan (Moleong, 2007:178).

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan 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 apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- e. Membandingkan hasil dan wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

Dalam penelitian ini untuk menguji data penelitian, penulis akan membandingkan data hasil pengamatan pada saat penelitian dengan hasil

wawancara yang didapat dari narasumber dan membandingkan data hasil wawancara dengan hasil isi dokumen yang diperoleh di dalam penelitian.