

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Industri hiburan yang meliputi film, televisi, radio, musik, dan *performing arts* tidak berhenti berinovasi dan mengalami perubahan. Sejak awal kemunculannya pada tahun 1894, film telah menjadi media hiburan kaum urban dan dipertunjukkan di bioskop. Sebuah film disebut juga gambar bergerak, merupakan serangkaian gambar diam atau bergerak yang dihasilkan oleh rekaman gambar fotografi dengan kamera, atau dengan membuat gambar menggunakan teknik animasi atau efek visual. Sejarah film sebagai bentuk seni yang diproyeksikan sering dikaitkan dengan aspek formula dalam wayang kulit, terlebih pada masa film bisu ketika musik pengiring film adalah musik hidup dalam gedung bioskop (Nugroho & Herlina, 2013:16).

Pada saat ini, para pembuat Film tidak hanya sekedar dari rumah produksi saja, akan tetapi ada banyak komunitas Indie *movie maker* yang turut andil dalam pembuatan film di Indonesia. Pembuatan sebuah karya Film tidak terlepas dari kondisi ekonomi-politik yang melingkupinya, faktor tersebut mempengaruhi berbagai jenis dan cara film diproduksi, isi film, dan cara penonton memahaminya. Industri perfilman di Asia sering punya masalah bertemu dengan penontonnya. Selain kendala distribusi, ada pula kendala lain seperti karena *content* film tersebut dianggap terlalu radikal. Sehingga dilarang oleh pemerintah negara film tersebut dibuat,

atau karena isu-isu sosial lain yang diangkat. Dari permasalahan tersebut maka lahirlah festival-festival film sebagai wadah bagi mereka untuk unjuk gigi karya.

Festival atau *event* harus memiliki strategi agar dapat diterima dan tepat sasaran dalam menentukan target audiens. Kreatifitas merupakan hal yang sangat penting dan mutlak dimiliki dalam suatu proses pembuatan *event*. Dengan adanya unsur kreatifitas dapat membuat suatu *event* tampil beda secara konsep maupun penyampaiannya, sehingga pesan dalam *event* tersebut yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat. Menurut Uyung Sulaksana (2007:83), *event* merupakan peristiwa-peristiwa yang dirancang untuk mengkomunikasikan pesan tertentu pada *audiens* sasaran. Bagian humas mengatur konferensi pers, peluncuran produk, *grand opening*, dan *sponsorship* olahraga untuk merengkuh efek khusus pada audiens pada *audiens* sasaran. Salah satu even atau festival film yang terbesar di Yogyakarta maupun Indonesia adalah Jogja-NETPAC Asian Film Festival (JAFF). Sebagian besar pencinta film dan pengunjung festival di DIY mengakui JAFF, Pekan Film Yogyakarta dan FFD adalah yang terpopuler dalam kurun 5 tahun terakhir sepanjang 2009-2013 (dalam Karyadi, 2015:2).

Setiap kali penyelenggaraan, JAFF membawakan tema yang berbeda, sehingga selalu membawa nuansa baru bagi para penontonnya. Selain itu, tema juga akan menentukan bagaimana *image* acara itu sendiri. JAFF memiliki pengelolaan manajemen festival yang membutuhkan

stakeholder untuk dapat bertahan hingga saat ini. Tidak mudah untuk mensinergikan buah pikir dari banyak orang yang terlibat dalam JAFF agar dapat terselenggara dengan baik, apalagi diadakan selama 6 (enam) hari berturut-turut. Diperlukan kerjasama yang baik untuk semua divisi dan orang-orang yang terlibat di dalamnya, agar tujuan dari acara ini dapat tersampaikan kepada khalayak penonton.

JAFF pertama kali diadakan pada tahun 2006 dengan tema ‘Sinema di Tengah Krisis’ di Yogyakarta. JAFF menjadi titik temu antar komunitas film, sineas dan penonton baik dari Yogyakarta maupun negara-negara di Asia. Dalam penyelenggaraan JAFF tiap tahunnya, dibutuhkan tenaga profesional untuk menempati semua divisi untuk turut menyukseskan festival ini. Divisi tersebut adalah *Managing Director, Festival Manager, Programmer, Official, Festival Fringe, Open Air Cinema, Publicist, Screening, Hospitality, Traffic, Public Lecture, Community Forum, Documentation* dan *Graphic Design*.

Tugas dan tanggung jawab per divisi merupakan peran penting dalam menentukan sukses atau tidaknya organisasi JAFF dalam menyelenggarakan festival ini. Antar divisi memiliki kesinambungan dalam kinerjanya, sehingga komunikasi menjadi tumpuan penting untuk menyelaraskan visi dan misi. Kesinambungan dalam kinerja yang dimaksud adalah pekerjaan setiap divisi saling berkaitan dengan divisi lainnya. Apabila divisi satu terhambat dalam melakukan pekerjaan, maka divisi lain juga akan terhambat pekerjaannya. Sebagai contoh, divisi

programmer yang bertugas untuk menyeleksi film dari seluruh Asia yang bertepatan dengan tema untuk dapat diputar dalam JAFF, kemudian divisi *traffic* bertanggung jawab terhadap arus distribusi film dari rumah produksi ke kantor JAFF hingga pengembaliannya. Setelah diterima, film tersebut akan dilimpahkan ke divisi *screening* untuk diperiksa kembali apakah kondisinya baik dan layak untuk diputar dalam screen bioskop, jika tidak maka akan dikembalikan lagi ke *traffic* untuk meminta file film yang sesuai kepada rumah produksi yang bersangkutan.

Di tahun 2015, JAFF memasuki tahun ke-10 yang membawa tema “(Be) Coming”. Seperti penyelenggaraan sebelumnya Festival film terpopuler di Kota Jogja ini akan berlangsung selama 6 (enam) hari berturut-turut pada tanggal 1-6 Desember 2015 di Taman Budaya Yogyakarta. Tema yang dibawa kali ini membawa arti yang menegaskan proses penguatan identitas Asia, terutama melalui karya sinematik, di tengah pelbagai kemelut yang terjadi di Asia dan di aras global. Identitas Asia senantiasa ada dalam proses yang dinamis dan dalam interaksi yang kompleks dengan beragam faktor, baik ekonomi, politik dan sosial. Apalagi era saat ini yang kerap disebut “Abad Asia” memunculkan tantangan yang kian besar bagi masyarakat Asia untuk menegaskan identitasnya di tengah percaturan global di mana sinema memiliki peran yang tidak kecil. Pada Tahun 2015 terjadi perubahan terhadap program, pada tahun ini Jaff hanya menyelenggarakan tiga program. Program tersebut adalah:

1. Film screening

Program *film screening* dibagi atas tiga jenis berdasarkan karakter dari film tersebut antaralain; 1) ***Asian Feature***, Pemutaran film panjang (fiksi maupun dokumenter) yang telah diseleksi oleh kurator dan *team programmer* JAFF, baik yang mengikuti kompetisi maupun yang tak mengikuti kompetisi. Film panjang dari berbagai negara di Asia akan mengikuti kompetisi untuk memperebutkan Golden Hanoman, Silver Hanoman, NETPAC Award dan Geber Award (penghargaan dari komunitas film); 2) ***Light of Asia***, Pemutaran film pendek (fiksi maupun dokumenter) baik yang mengikuti kompetisi maupun tidak mengikuti kompetisi. Sesi kompetisi film pendek terbaik Asia ini memperebutkan Blencong Award; 3) ***Open Air Cinema***, Program ini diselenggarakan di kampung atau desa di wilayah Yogyakarta. Kegiatan yang diinisiasi sejak awal penyelenggaraan JAFF ini juga mengundang sutradara yang filmnya diputar untuk berdialog langsung penduduk desa (kampung). Program ini juga salah satu bentuk kepedulian JAFF terhadap publiknya dengan cara mendatangi penontonnya.

2. Public Lecture

Ini merupakan salah satu karakter festival ini. Tidak hanya berfokus ke pemutaran film, tapi juga forum diskusi/seminar

tentang sinema Asia/Indonesia. Pada Tahun 2015 JAFF mengangkat dua tema yang pada program *public Lecture*, yaitu: 1) **“Menilik Perkembangan Film Sejarah: Perbandingan Indonesia dan Korea”**, Melalui tema ini hendak dilihat perkembangan film bergenre sejarah yang memiliki peran penting dalam melakukan konstruksi atas sejarah nasional lewat bahasa sinematik. Sementara itu, Korea dijadikan perbandingan mengingat belakangan banyak memproduksi film dengan genre sejarah dengan budget yang besar serta dengan teknologi yang spektakuler. Dalam *public lecture* ini hendak didiskusikan relasi film dan sejarah dan problematika yang mengiringi pembuatan pembuatan film sejarah. 2) **“Sinema, Kuliner dan Budaya”**, Tema *public lecture* ini diangkat untuk melihat jejak kuliner dalam perfilman Indonesia sebagai bagian dalam khasanah penting budaya Indonesia. Di samping menjadikan kuliner sebagai tema kekisahan dalam film, film juga memiliki kemampuan mempromosikan kekayaan khasanah kuliner di tanah air.

3. *Community Forum*

Kegiatan ini merupakan forum pertemuan komunitas–komunitas film independen (indie) yang tersebar di Indonesia untuk saling berbagi pengalaman, mendiskusikan pelbagai persoalan yang dihadapi dan membangun jaringan dengan sesama komunitas film demi memajukan komunitas film di Indonesia. Selama ini

komunitas film merupakan penyangga penting kultur film (*film culture*) di tanah air yang senantiasa menghidupkan apresiasi film di komunitas akar rumput baik melalui pemutaran film maupun produksi film pendek fiksi dan dokumenter dan sesungguhnya pertumbuhan JAFF sendiri dihidupi oleh komunitas film.

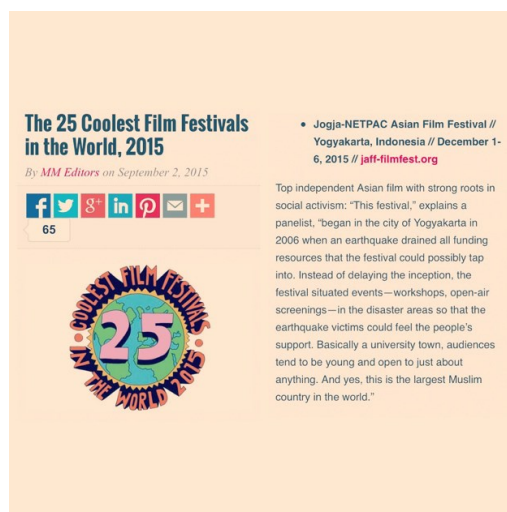
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung JAFF dari tahun 2013-2015

Tahun	Jumlah Penonton
2013	4317
2014	6121
2015	9834

Sumber: Arsip dan dokumentasi JAFF

Dari tabel di atas dapat dilihat jumlah penonton terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut tentu tidak akan tercapai tanpa adanya perencanaan yang baik dalam menyelenggarakan sebuah *event*. Peningkatan jumlah penonton merupakan salah satu indikator keberhasilan event tersebut. Dapat dilihat peningkatan yang dialami pada tahun 2015 cukup signifikan. Jumlah Penonton hadir merupakan data kumulasi yang didapat dari semua program yang telah diselenggarakan baik bersifat undangan maupun para audiens yang hadir dengan membeli tiket. Dimana hal ini membutuhkan sistem manajemen yang baik untuk mencapai hal tersebut. Handoko (2011:86) menyebut bahwa ihwal utama dalam sebuah perencanaan adalah mengetahui tentang tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa depan.

Tujuan adalah sebagai acuan dalam menyusun strategi dan program, karena pada dasarnya strategi dan program merupakan cara yang dipilih untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu dengan menetapkan jumlah pengunjung sebagai suatu bentuk tujuan panitia pelaksana event JAFF memiliki tantangan bagaimana menyelenggarakan event yang menarik sehingga dapat meningkatkan minat dari para calon pengunjung. Dilain sisi, perjuangan para panitia dalam menyelenggarakan event dengan tim yang solid selama menjalankan event JAFF tersebut mampu menghantarkan JAFF sebagai “*The 25 coolest film festival in the world*”.



http://www.moviemaker.com/archives/best_of/the-25-coolest-film-festivals-in-the-world-2015/2/ (hari minggu 6 maret 2016 jam 21:59 WIB)

Apresiasi tersebut merupakan sebuah pencapaian JAFF terbesar karena JAFF menjadi satu-satunya festival film Indonesia yang mendapatkan pengakuan dalam industri festival film di dunia. Menimbang JAFF sebagai festival film yang sudah berjalan selama lebih dari 10 tahun,

Dimana dikerjakan oleh orang yang memiliki latar belakang berbeda yang tidak memiliki background sebagai para *event organizer*, akan tetapi mampu membuat JAFF dapat hidup dan bertahan bahkan bertumbuh semakin besar, untuk itu penulis akan menganalisis bagaimana Perencanaan *Event Management* Jogja-Netpac Asian Film Festival dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada tahun 2015.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas maka dapat diambil sebuah rumusan masalah, yaitu: Bagaimana Perencanaan *Event Management* Jogja-NETPAC Asian Film Festival di Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah penonton pada tahun 2015?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang *event management* Jogja-Netpac Asian Film Festival (JAFF) dalam meningkatkan jumlah penonton pada tahun 2015

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Jogja-Netpac Asian Film Festival (JAFF)

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam melakukan manajemen even bagi panitia pelaksana penyelenggara Jogja-Netpac Asian Film Festival (JAFF)
- b. Bagi Peneliti
- 1) Sebagai sarana dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan sebagai pengembangan teori yang diperoleh selama menempuh pendidikan di dunia akademik yang kemudian dikomparasikan ke dalam dunia praktis
 - 2) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi Pemerintah Daerah (Pemda) Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta dan

E. KERANGKA TEORI

Di dalam melakukan penelitiannya, peneliti membutuhkan sebuah atau beberapa acuan-acuan berpikir berupa teori-teori yang akan digunakan untuk membatasi, memudahkan serta mengarahkan orientasi berpikir atas temuan-temuan di lapangan. Teori-teori yang terkumpul dalam kerangka teori tersebut adalah:

1. Management event

Johnny Allen (dalam Abdullah, 2009:47) mendefinisikan *event* sebagai ritual istimewa, pertunjukkan, penampilan yang pasti direncanakan dan dapat dibuat untuk acara khusus, atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama. Noor (2013:7)

mendefinisikan *event* sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting, baik secara individu atau kelompok. Berpijak pada kedua definisi tersebut, peneliti mengartikan bahwa *event* merupakan sebuah kegiatan bisa berwujud atraksi ritual keagamaan, tradisi, budaya, olahraga, dan lain sebagainya yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara.

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

Banyak ahli yang menempatkan *event* sebagai media komunikasi. Pendapat ini misalnya merujuk pada Schmitt (2010:63) yang menempatkan *event* sebagai media komunikasi pemasaran yang fokus pada pengalaman konsumen yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk berinteraksi secara langsung dengan perusahaan merek, dan komunitas. Sulaksana (2007:40) yang

menjelaskan bahwa *event* merupakan salah satu instrumen komunikasi *below the line* yang banyak digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada khalayaknya. Ruslan (2007:141-142) menjelaskan bahwa *event* merupakan pengembangan aktivitas *public relations* sebagai salah satu media komunikasi untuk menarik perhatian dan liputan media pers dan umum terhadap lembaga atau produk tertentu yang ditampilkan.

Event sebagai media ataupun kegiatan komunikasi tentu juga memerlukan sebuah perencanaan yang nantinya akan mengarahkan demi tercapainya tujuan. Sebuah teori terkemuka tentang perencanaan dalam bidang komunikasi dikemukakan oleh Charles Berger. Berger menyebutkan bahwa, “Rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah representasi kognitif yang memberikan panduan untuk mencapai tujuan” (dalam Little John & Foss, 2008:185)

Perencanaan sebuah kegiatan hendaknya perlu diketahui terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai. Handoko (2011:86) menyebut bahwa ihwal utama dalam sebuah perencanaan adalah mengetahui tentang tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa depan. Tujuan adalah sebagai acuan dalam menyusun strategi dan program, karena pada dasarnya strategi dan program merupakan cara yang dipilih untuk mencapai tujuan. Penetapan tujuan *event* nantinya akan berdampak untuk dapat mempengaruhi bagaimana keberhasilan *event* dalam mempengaruhi *audience* untuk dapat

menyaksikan merek dari produk atau jasa yang akan dikenalkan pada *audience*.

Ada beragam tipe perencanaan, Cangara (2013:48-51) membagi tipe perencanaan kegiatan ke dalam dua tipe, yakni perencanaan strategis dan perencanaan operasional. Perencanaan strategis merupakan sebuah alat manajemen sebagai sebuah petunjuk yang dapat digunakan oleh organisasi dari kondisi saat ini untuk bekerja menuju lima sampai sepuluh tahun ke depan. Adapun perencanaan operasional ialah perencanaan yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk mencapai tujuan.

Terkait dengan perencanaan *event management*, Harris dan Allen (2011:5) membagi perencanaan kedalam dua tingkat perencanaan *event*, yakni pertama, perencanaan strategis yang membahas gambaran besar tentang sasaran jangka panjang *event*, termasuk di dalamnya strategi yang dibutuhkan untuk mencapai, dan kedua, perencanaan operasional membahas langkah-langkah tertentu yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi tersebut.

Hal yang tidak begitu berbeda juga dijelaskan oleh Chritie & McAteer (2006:14-23) yang membagi perencanaan *event* ke dalam dua kategori, yakni “*Event business plan*” dan “*Event Action Plan*”. Christie dan McAteer menyatakan bahwa setiap *event* yang diselenggarakan tidak untuk sekali penyelenggaraan semestinya

memiliki “*Business Plan*” yang berisikan rencana strategis untuk proyeksi tiga atau lima tahun ke depan. Sedangkan, “*Event Action Plan*” adalah sebuah perencanaan operasional atau “*a live management tool*” yang menjelaskan tentang detail-detail kegiatan.

Permas, dkk. (2003:37) memaparkan tahapan kerangka kerja perencanaan strategis umumnya dimulai dengan menetapkan jangka waktu perencanaan strategis, biasanya berkisar 3 sampai 5 tahun. Setelah penetapan jangka waktu perencanaan strategis, selanjutnya pengkajian ulang atas visi dan misi organisasi dan analisis perkembangan dan ancaman yang dihadapi organisasi. Tahapan selanjutnya adalah merumuskan indikator keberhasilan. Setelah itu, organisasi dapat menetapkan sasaran jangka panjang, serta strategi dan program kerja jangka panjang. Program kerja ini nantinya dijabarkan lebih lanjut menjadi rencana kerja tahunan. Kerangka kerja ini bukan sesuatu yang linier melainkan sesuatu yang lebih bersifat analitis dan pembelajaran bersama.

Perencanaan strategis ini kemudian menjadi dasar pijakan dalam membuat perencanaan operasional penyelenggara *event*. Abdullah (2009:146) menyatakan bahwa dalam perencanaan *event*, hal yang penting dan paling mendasar adalah harus mengandung unsur “5W+1H” (*What, When Where, Why, Who dan How*) yakni apa nama dan maksud diadakan *event*, kapan dan dimana akan diadakan,

mengapa diadakan, siapa yang terlibat dan dituju, dan bagaimana menyelenggarakannya.

Terkait dengan perencanaan penyelenggaraan *event*, Noor (2013:102-119) menyatakan bahwa langkah paling awal dalam perencanaan adalah membuat draft rencana *event*, yaitu mengumpulkan sebanyak mungkin ide yang masuk dan mengidentifikasi isu utamanya. Selanjutnya ide ini didiskusikan dan disusun secara sistematis oleh panitia penyelenggara *event* untuk mendapat masukan dari beberapa penasihat. Setelah mendapatkan sebuah ide untuk dikembangkan dan dilaksanakan, tahap awal perencanaan adalah melakukan riset, yaitu pendekatan terhadap lingkungan penyelenggara kegiatan dan pencarian informasi. Dalam penyelenggaraan sebuah *event* perlu dipertimbangkan tentang kelayakan dari penyelenggara *event* tersebut. Sehingga untuk menghindari kerugian sekecil mungkin bagi pihak yang terkait. Jika memang terdapat kerugian atau pun kesalahan, itu akan menjadi bahan evaluasi dalam penyelenggara *event* berikutnya.

Perencanaan operasional umumnya “disederhanakan” ke dalam beberapa model perencanaan. Model menggambarkan proses langkah-langkah pelaksanaan suatu program dengan spesifikasi tugas dan hubungan antar komponen pendukung, serta membuat proyeksi terhadap kemungkinan yang bisa mempengaruhi proses pelaksanaan (Cangara, 2013:65). Secara lebih spesifik terdapat beberapa model

perencanaan *event*, di antaranya adalah model “*Event Management Cycle*” yang ditawarkan oleh Joe Goldblatt.

Goldblatt (2002:36-55) membagi perencanaan penyelenggara *event* ke dalam beberapa tahapan agar *event* terlaksana efektif dan efisien. Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Research*

Riset dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari target pasar. Melalui riset yang dilakukan secara mendalam, penyelenggara dapat melihat *trend* yang sedang berkembang, mengembangkan sistem penyediaan layanan baru, dan memecahkan masalah kecil sebelum menjadi masalah besar. Terdapat tiga metode riset, yakni kuantitatif, kualitatif dan campuran.

b. *Design*

Fase ini merupakan kelanjutan dari proses riset yang dilakukan. Umumnya, proses ini dimulai dengan adanya *brainstoming* mengenai tema dan konsep acara, bagaimana dekorasi dan *artistic*, hiburan yang disajikan, strategi komunikasi yang akan digunakan, dan sebagainya. Fase ini juga dilakukan studi kelayakan *event* untuk menyaring ide-ide kreatif yang muncul. Studi kelayakan *event* menyangkut

tentang kemampuan finansial, sumber daya manusia, dan kondisi politik.

c. *Planning*

Planning dilakukan setelah analisis situasi dan bersamaan dengan tahapan *design*. Tahapan ini penyelenggara *event* mulai melakukan beberapa hal, di antaranya penganggaran waktu yang dipakai untuk melakukan aksi, pertimbangan pemilihan tempat (*venue*), menentukan tim kerja, menentukan pengisi acara, bagaimana mempersiapkan layanan pendukung, bagaimana produksi, bagaimana mencari sponsor, dan sebagainya.

d. *Coordination*

Seorang manajer sebuah acara harus mampu melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak lain agar dapat bekerja secara simultan dengan satu tujuan yang sama. Fase ini terkait bagaimana komunikasi dengan internal panitia, *stakeholder*, *vendor* dan sponso. Termasuk dalam hal ini rapat dan koordinasi dan komunikasi *on site managment*.

e. *Evaluation*

Evaluasi dapat dilakukan di setiap fase atau dilakukan secara menyeluruh. Kegiatan evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan *survey* kepuasan dan melakukan pencatatan berapa jumlah peserta dan pengunjung. Metode evaluasi yang

lain adalah melalui monitoring dengan menugaskan orang lain untuk mengamati *event* dengan metode telepon atau *mail survey*.

Bagan 1

Model *Event Management Goldbatt*



Sumber: Goldbatt, 2002:36

Pada hakikatnya manajemen dapat disimpulkan sebagai suatu rangkaian tindakan sistematis untuk mengendalikan dan memanfaatkan segala faktor sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Maka ada dua unsur utama yang terdapat dalam pengertian manajemen, yaitu unsur pengendalian dan unsur pemanfaatan sumber daya. George R. Terry (2010:9) menjelaskan fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut:

- a. Perencanaan (*Planning*)

Planning (perencanaan) ialah penetapan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan. *Planning* mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk dalam pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang. Fungsi ini mengidentifikasikan bahwa dalam pengelolaan perlu ada perencanaan yang cermat untuk mencapai target yang ditentukan, baik untuk jangka panjang maupun pendek yang pembuatan program-program kegiatan-kegiatan serta sarana-sarana yang diperlukan untuk keterkaitannya dengan pihak ketiga. Selain program-program tersebut juga perencanaan dalam pemasaran, keuangan, sumber daya manusia atau rekrutmen dalam menghadapi persaingan-persaingan.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Organizing berasal dari kata organon dalam bahasa Yunani yang berarti alat, yaitu proses pengelompokan kegiatankegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penugasan setiap 13 kelompok kepada seorang manajer (Terry & Rue, 2010:82). Pengorganisasian dilakukan untuk menghimpun dan

mengatur semua sumber-sumber yang diperlukan, termasuk manusia, sehingga pekerjaan yang dikehendaki dapat dilaksanakan dengan berhasil. Fungsi ini mengfokuskan pada cara agar target-target yang dicanangkan dapat dilaksanakan, yaitu dengan menggunakan “wadah” / perangkat organisasi, yang intinya adalah:

- Membentuk suatu sistem kerja terpadu yang terdiri atas berbagai lapisan atau kelompok dan jenis tugas/pekerjaan yang diperlukan,
- Memperhatikan rentang kendali (*span of control*),
- Terjaminnya sinkronisasi dari tiap bagian atau kelompok lapisan kerja guna mencapai sasaran yang ditetapkan.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa, hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan bersama. Suatu gagasan atau konsep, meskipun telah tersedia wadah yang berupa organisasi dengan uraian-uraian tugas dan hirarkinya belum akan berjalan aktif tanpa dicetuskan/mengenai pelaksanaan dari tugas-tugas dalam

organisasi tersebut. Karena itu untuk menggerakkan agar organisasi tersebut bisa berjalan dengan baik diperlukan pedoman-pedoman, instruksi-instruksi, ketetapan-ketetapan. Hal-hal tersebut harus dijabarkan dalam organisasi, yang mengatur ketetapan-ketetapan, instruksi-instruksi, pedoman-pedoman menjadi kewajiban lapisan-lapisan hirarki dari atas sampai ke tingkat pelaksana di lapangan / bawah. Rapat anggota sebagai lapisan teratas akan mengeluarkan kebijakan-kebijakan koperasi yang harus dilaksanakan pengurus dan pada gilirannya pengurus selaku pelaksana tertinggi akan mengeluarkan pedoman-pedoman, instruksi-instruksi kepada lapisan-lapisan ke bawahnya, dan seterusnya. Demikian pula rapat anggota menerbitkan kewenangan bagi pengawas untuk mengadakan pantauan (*monitoring*) seberapa jauh kebijakan-kebijakan dilaksanakan pengurus. Bagaimanapun baiknya penugasan kepada lapisan bawahan, jika tanpa koordinasi antar kelompok / jenis tugas, maka hasilnya tidak akan memenuhi harapan. Lengkapnya pelaksanaan tugas-tugas harus ada koordinasi yang rapi, sehingga tidak terjadi kesimpangsiuran tugas atau tumpang-tindih pekerjaan-pekerjaan. Ini semua harus dijabarkan dalam pelaksanaan berorganisasi. Karena itu pada tingkat pelaksana atau kelompok pelaksana harus ada seorang atau perangkat tertentu yang mengadakan koordinasi. Hal

tersebut akan terlihat dalam bagan organisasi, dimana ditentukan lapisan-lapisan koordinasi dari pelaksana. Secara bertingkat koordinasi diperlukan dari level / lapisan pelaksana paling bawah sampai yang tertinggi.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Controlling atau pengawasan adalah penemuan dan penerapan cara dan alat untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Untuk meyakinkan para pemilik perusahaan maka rapat anggota perlu membentuk suatu badan diluar pengurus yang bertugas memantau atau meneliti tentang pelaksanaan kebijakan yang ditugaskan kepada pengurus. Badan tersebut adalah pengawas. Prinsip *controlling* ini harus dijabarkan dalam organisasi tersebut. Selain *controlling* tersebut dilakukan oleh pengawas, pengurus wajib menciptakan suatu sistem pengendali atau biasa disebut "*build in controll*".

Mengacu pada kedua model perencanaan *event management* tersebut, peneliti melihat bahwa secara substansial kedua model *event management* tersebut tidak begitu berbeda. Berpijak pada kondisi tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa setiap penyelenggara *event*-sebagai kegiatan komunikasi-umumnya melalui proses riset dan analisa situasi, merumuskan desain acara, perumusan rencana strategi

dan operasional, pelaksanaan, dan diakhiri dengan proses evaluasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan model perencanaan *event* Goldbatt sebagai pisau analisis utama untuk membedah bagaimana perencanaan penyelenggara Jogja-Netpac Asian Film Festival (JAFF)

2. Festival dan *Special Event Management*

Sebelum mengarah lebih spesifik ke festival dan *special event management*, penulis akan menjelaskan manajemen secara garis besar terlebih dahulu. Setiap organisasi memerlukan manajemen karena tanpa manajemen, akan lebih sulit mencapai sebuah tujuan. Handoko (2011:6) menjelaskan ada beberapa sebab mengapa manajemen diperlukan yaitu untuk mencapai tujuan, untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan, dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas.

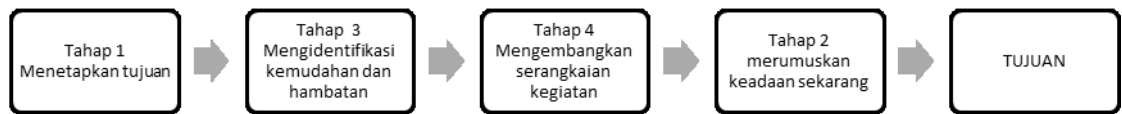
Manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*sciene*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem kerjasama ini lebih bermanfaat bagi manusia. Manajemen juga merupakan kombinasi antar ilmu dan seni. Kombinasi tersebut dalam proporsi yang bermacam-macam. Pada

umumnya, para manajer efektif menggunakan pendekatan ilmiah dalam pembuatan keputusan, apalagi dengan berkembangnya peralatan komputer. Di lain pihak dalam banyak aspek perencanaan, kepemimpinan, komunikasi, dan segala sesuatu yang menyangkut unsur manusia, bagaimanapun manajer harus menggunakan pendekatan artistik atau seni (Handoko, 2011:12)

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha pada anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan. Perencanaan berarti bahwa para manajer memikirkan kegiatan-kegiatan mereka sebelum dilaksanakan dan berdasar pada berbagai metoda, rencana atau logika. Pengorganisasian berarti bahwa para manajer mengkoordinasikan sumber daya-sumber daya manusia dan material organisasi. Pengarahan berarti bahwa para manajer mengarahkan, memimpin, dan mempengaruhi bawahan. Sedangkan pengawasan berarti para manajer berupaya untuk menjamin bahwa organisasi beregerak ke arah tujuan-tujuannya.

Dalam organisasi, perencanaan merupakan fungsi yang esensial, karena perencanaan memegang peranan lebih dibandingkan dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya. Semua kegiatan perencanaan pada dasarnya melalui empat tahap, berikut penjelasannya dalam gambar :

Bagan 2
Empat Tahap Dasar perencanaan

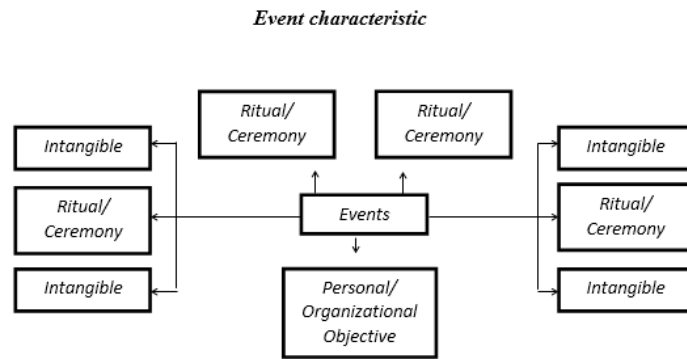


(Sumber: Handoko, 2011)

Fungsi perencanaan dengan fungsi-fungsi manajemen lainnya adalah saling berhubungan, berkesinambungan, dan berinteraksi satu sama lain. Apabila salah satu fungsi tidak berjalan dengan baik maka akan mengganggu kinerja fungsi lainnya. Perencanaan merupakan fungsi krusial yang menjadi fondasi dari fungsi lainnya. Fungsi lainnya seperti pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan hanya melaksanakan keputusan-keputusan dari perencanaan.

Dalam perkembangannya, manajemen kemudian digunakan sebagai landasan teori lain yakni, festival dan *special event management*. Festival dan *special event* lahir karena upaya penegasan identitas di setiap daerah. Setiap daerah seakan berkompetisi menunjukkan *cultural statement* untuk menarik wisatawan baik domestik ataupun non-domestik. Seperti yang dipaparkan oleh Derrect (dalam Yeomen et. al., 2007:32), *festival and events provide authenticity and uniqueness, especially with events based on inherent indigenous values; convenient hospitality and affordability; theming and symbols for participants and spectators*. Dengan keaslian dan keunikannya, festival dan *special events* berkontribusi besar terhadap *business tourism*.

Bagan 3.



(Sumber: Wahyuni, 2010)

Allen et. al (2011:11), menyatakan bahwa *special event* merupakan perayaan yang spesifik, direncanakan dan diciptakan untuk menandai momen-momen khusus untuk mencapai tujuan sosial, budaya, dan perusahaan atau organisasi. Berdasarkan ukuranm skala, dan bentuk, *event* terbagi menjadi beberapa kategori antara lain: *mega-events*, *hallmark events*, *major events*, *local or community events*, *festival*, *sport events*, dan *business events* (Allen, 2011:12-14). Pada bagan 3, *special event* terbagi menjadi beberapa karakteristik dengan penjelasan berikut ini (Shone & Parry: 2004:13):

a. *Uniqueness*

Special events merupakan suatu *event* yang unik, yang artinya setiap *event* akan berbeda satu dengan yang lainnya. Bukan berarti *event* tersebut tidak dapat diadakan kembali, hanya jumlah dan siapa saja pengisi acaranya, lingkungannya, dan suasana kemeriahannya yang tidak bisa sama.

b. *Perishability Of Event*

Karakter ini berhubungan erat dengan karakter *special event* sebelumnya, yaitu *uniqueness*. *Special event* bersifat tidak permanen, yang artinya memiliki tenggang waktu dalam penyelenggaraannya, maka publik tidak dapat menikmati *event* itu lagi selamanya. Hal itulah yang memberikan makna khusus dan membekas bagi publik yang mengikuti *event* tersebut.

c. *Intangibility*

Special event hanya bisa dirasakan dan dinikmati, tetapi tidak dapat dipegang. Ketika suatu *event* diadakan, maka publik yang mengikuti *event* tersebut akan mendapatkan pengalaman yang abstrak seperti suasana *event* yang menyenangkan dan meriah serta *services*, bukan bentuk konkrit seperti benda. Itu sebabnya penting bagi pihak penyelenggara *event* untuk memberikan kenang-kenangan berupa sesuatu yang *tangible* seperti bermacam-macam *merchandise*, agar para publik yang menghadiri *event* tersebut dapat terus mengingat dan mengenang *event* itu.

d. *Ritual and Ceremony*

Special event memiliki cara-cara atau ritual dan upacara tersendiri dalam perayaannya tergantung *special event* tersebut. Contohnya adalah perayaan hari ulang tahun, orang yang berulang tahun harus untuk meniup lilin pada kue ulang tahun sambil melakukan permohonan. Ini merupakan ritual dan upacara yang selalu dilakukan oleh orang yang merayakan hari ulang tahun.

e. *Ambience and Service*

Special event akan memberikan nuansa dan pelayanan yang sesuai dan tepat dalam penyelenggaraannya. Nuansa disini dapat menentukan sukses atau tidaknya sebuah *event* dalam pelaksanaannya. Jika nuansa yang dibangun dapat diterima oleh publik sebagaimana mestinya, maka kelancaran *event* tersebut sudah dapat dipastikan berjalan dengan baik. Pelayanan yang dilakukan terhadap publik selama *event* berlangsung juga disesuaikan dengan kenyamanan publiknya.

f. *Personal Contact and Interaction*

Pada *Special event* ada interaksi yang baik antara pihak penyelenggara dengan publiknya. Dalam suatu *event*, publik juga berperan penting dalam berjalannya *event* tersebut. Salah satu contohnya adalah *wedding party*, yang biasanya pasangan yang menikah akan memberikan pidato singkat kepada para tamu yang hadir pada pesta pernikahan.

g. *Labour-Intensiveness*

Special event memiliki intensitas pekerja yang berbeda-beda satu dengan yang lain. Suatu *event* yang berjalan akan menggunakan tenaga kerja yang bervariasi dalam tanggung jawab maupun jumlah tenaganya. Pada *wedding party* biasa dibentuk suatu panitia yang

membagi tugasnya masing-masing. Ada yang fokus terhadap dokumentasi, fokus terhadap makanan, dan minuman, fokus menjadi MC, dan lain-lain.

h. *Fixed Timescale*

Special event memiliki jadwal acara yang tetap. Misalkan pada hari raya Natal, yang jatuh pada akhir bulan Desember, maka *event* perayaan hari raya Natal yang diselenggarakan akan dijadwalkan berkisar pada hari raya Natal, sehingga *event* dapat dilangsungkan dengan tepat.

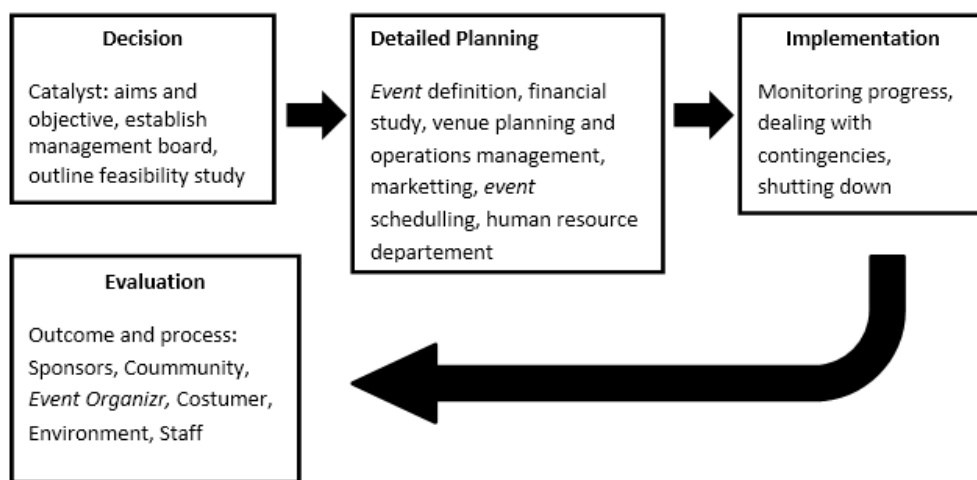
Di Indonesia, *event* sudah mulai berkembang sejak 1900-an dimana MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*) telah mendapat perhatian utama yang dikembangkan oleh tiap negara. MICE mampu mendatangkan sejumlah besar wisatawan dalam sekali penyelenggaraan, *length of stay* lebih lama, dan dampak promosi luas karena diliputi oleh pers. Lahirnya berbagai festival, pesta masyarakat, eksibisi olahraga, perayaan-perayaan ulang tahun, dan lainnya telah mendapat dukungan pemerintah maupun swasta di berbagai daerah sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi, *national* dan *character building*, serta pemasaran destinasi (Abdullah, 2009:v).

Kesuksesan sebuah *event* tidak terjadi secara tiba-tiba akan tetapi karena perencanaan baik dan matang yang dilakukan. Perencanaan merupakan salah satu bagian sangat penting dari sebuah manajemen

konferensi dan *event* agar dapat terarah dan terlaksana secara efektif dan efisien. Konsep paling dasar sebuah *event* adalah 5 W + 1 H (*What, When, Where, Why, Who, dan How*). Tanpa memikirkan konsep tersebut sebuah *event* tidak akan didanai oleh siapapun dan tidak terlaksana.

Bagan 3

Model Event Management



(Sumber: Yeoman et. al., 2007)

Yeoman et. al (2007:15) membagi model *event* management menjadi empat bagian sederhana yakni *decision, detailed planning, implementation, dan evaluation*. Tahap *decision* atau keputusan memulai proses dan menentukan apakah pada akhirnya acara berjalan atau tidak. *Catalyst* dalam hal ini berperan sebagai pencetus ide dan pengembanganya yang dapat berasal dari publik, *private*, dan *voluntary sector*.

Menindaklanjuti keputusan, perencanaan *event* kemudian disusun pada kolom *detailed planning*. Perencanaan meliputi produk *event*, tema,

lokasi, sampai penyusunan jadwal. Ada dua tingkat perencanaan yang relevan dengan penyelenggaraan suatu *event*:

- a. Perencanaan strategis membahas gambaran besar yakni sasaran jangka panjang *event*, dan strategi yang dibutuhkan untuk mencapainya.
- b. Perencanaan operasional membahas langkah-langkah tertentu yang dibutuhkan untuk menerapkan strategi tersebut.

Terlepas dari bagaimana pelaksanaan sebuah *event*, implementasi *event management* mencakup pemantauan kemajuan *event*, berurusan dengan kontijensi, dan menon-aktifkan *event* serta memastikan bahwa semuanya diletakkan kembali pada tempatnya mencakup pembongkaran, dan pemindahan peralatan dan pembersihan. Untuk mensukseskan sebuah *event* diperlukan strategi. Strategi harus disusun untuk mencapai tujuan festival atau *event*. Ada tiga strategi umum yang dapat digunakan bergantung kepada situasi *event* (Sylvester,2010:8) antara lain:

a. Pertumbuhan

Sebagian besar *event* baru menjalani masa pertumbuhan sebelum mencapai tingkat optimal. Ini dapat melibatkan pertumbuhan dalam jumlah dan skala kegiatan yang diselenggarakan, anggaran, pemaparan media dan kehadiran. *Event organizer* mempunyai opsi untuk memperluas daya tarik populer dari program, memperbesar dasar pemasukan dan meningkatkan promosi.

b. Konsolidasi

Dapat diputuskan bahwa sebuah *event* telah mencapai ukuran optimalnya dan tepat untuk mengkonsolidasikan program dan penyelenggaraannya. Opsi-opsi strategis dapat mencakup peningkatan mutu *event* dan perampingan pengelolanya, pada saat yang sama membatasi penjualan tiket dan pemasaran.

c. Pengurangan

Dalam berbagai kasus mungkin tepat untuk mengurangi skala suatu *event* dan dengan sadar mengurangi programnya. Tingkat kegiatan yang dikaitkan dengan *event* mungkin telah berkembang hingga titik di mana *event* itu kehilangan fokus dari visi dan tujuan awalnya atau ukurannya memberi tekanan pada masyarakat setempat atau tingkat *resourcing*. Opsi yang tersedia bagi *event organizer* dapat meliputi memfokuskan kembali kegiatan promosi ke hadapan yang lebih kecil dan mengurangi program *event*.

Festival adalah sebuah acara budaya yang diulang untuk masyarakat umum tahunan atau setidaknya dengan interval reguler, dan dimana pertunjukan teater, dan/ atau musik dan / atau film digabungkan dalam sebuah program yang berlangsung pada satu atau lebih lokasi sementara, antara awal dinyatakan dengan jelas dan waktu

selesai. Menurut Getz (2010:7) festival dapat dijelaskan sebagai berikut:

“Festivals are culutural celebrations and have always occupied a special place in societes. Their celebratory roles, and the many cultural and social implications of ritual and festivity, have long attracted the interest of sociologist and anthopologist. Faetivals always have a theme, and they have potentially very diverse programs and styles, all in pursuit of fostering a specific kind of experience. Celebration embodies at once an intellectual, behavioural and emotional experience, with the emotional responses potentially leading to unexpected and undesired outcomes in both behavioural and political/attitudinal terms.”

Sebuah festival di suatu negara akan berbeda dengan festival di negara lain karena perayaannya memiliki peran dan implikasi sosial-budaya masing-masing. Festival diselenggarakan dengan beberapa tujuan, *stakeholder*, dan makna yang menyertainya. Sebagai perayaan budaya tentunya festival mendapat perhatian khusus dari masyarakat dan dapat memperkuat identitas kelompok, atau kota yang menyelenggarakannya.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif kualitatif. Menurut Creswell (2010:4) penelitian kualitatif adalah sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik

lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar alamiah.

Studi deskriptif adalah sebuah penelitian di mana peneliti berusaha mengungkap fakta suatu kejadian objek atau aktivitas, proses dan manusia secara apa adanya pada waktu sekarang atau jangka waktu yang masih memungkinkan dalam ingatan narasumber (Andi, 2011:203). Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, sebagai situasi, yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik temuan penelitian itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, atau model atau gambaran tentang kondisi dan situasi dari yang menjadi permasalahan penelitian.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, lokasi penelitian mencakup daerah Yogyakarta, adapun spesifiknya, yaitu:

- Kantor Sekretariat JAFF (Jogja-Netpac Asian Film Festival), beralamat di Jl. Retnodumilah 21 B, Kotagede, Yogyakarta 55171

3. Subjek dan Obyek Penelitian

- a. Subjek penelitian

Subjek penelitian menurut Amirin (1986) dalam Idrus (2009:91) menjelaskan bahwa subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan. Arikunto (dalam Idrus, 2009:91) memberi batasan bahwa subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan.

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

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

Berdasarkan kriteria yang disebutkan, Adapun informannya adalah:

- 1) *Festival Director* yaitu Budi Irawanto, *festival director* memiliki peran dalam menentukan tema yang diangkat pada penyelenggaraan event JAFF setiap tahunnya.
- 2) Programmer yaitu Ismail Basbeth, Programmer berperan dalam membuat dan menentukan agenda yang dilaksanakan. Programmer bersama timnya mengoperasionalkan konsep yang telah diberikan oleh *festival director*.
- 3) Festival Manager yaitu Lija Anggraeni, *festival manager* berperan melakukan pengawasan terhadap semua kegiatan saat berlangsung. Informan berperan dalam mengoperasikan event dan melakukan *monitoring*.
- 4) Pengunjung JAFF, pengunjung sebagai informan dimaksudkan untuk mencari atau menemukan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Pengunjung dipilih secara acak dengan catatan pengunjung yang memahami tentang event JAFF tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa cara yang akan digunakan untuk mendapatkan data, yaitu:

- a. Wawancara

Wawancara yang dipilih peneliti adalah wawancara mendalam dengan partisipasi terbatas, artinya wawancara ini dilakukan setelah timbul suasana hubungan yang baik antara peneliti dengan *informan*, sehingga wawancara mendalam dapat berjalan lancar. Wawancara mendalam dilakukan awalnya dengan pedoman wawancara yang kemudian menjadi lebih mendalam dan bebas. Panduan hanya digunakan agar wawancara bisa lebih fokus sesuai dengan data yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan peneliti. Kunci penting daripada wawancara ini adalah *informan* yang produktif, menurut James P. Spradley terdapat lima persyaratan minimal untuk memilih *informan* yang baik, yakni: (1) enkulturasi penuh; (2) keterlibatan langsung; (3) suasana budaya yang tidak dikenal; (4) waktu yang cukup; (5) non-analitis. Di lapangan, peneliti yang sudah terampil menggunakan banyak *informan* yang berbeda karena akan menemukan bahwa beberapa *informan* diantaranya terkadang tidak memenuhi lima persyaratan itu (Spradley, 2006:68).

b. Observasi

Menurut Bimo Walgito (Moeleong, 2005:35) observasi adalah suatu penyelidikan yang dijalankan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat indra terutama mata terhadap kejadian-kejadian yang langsung. Secara

sederhana, penulis memahami observasi sebagai kegiatan manusia yang mengandalkan kemampuan panca indra sebagai alat bantu. Dengan kata lain, manusia akan terlibat langsung dan aktif untuk melakukan pengamatan dalam sebuah kegiatan.

c. Ulasan Dokumen

Didapat dari rangkaian data pendukung seperti: dokumentasi foto/video, arsip-arsip, website dan lain sebagainya. Data-data yang termasuk dalam ulsan dokumen akan dipergunakan untuk melengkapi atau memperkuat data yang didapat dari observasi lapangan maupun observasi partisipan.

5. Uji Validitas Data

Teknik yang digunakan peneliti dalam memvalidasi data menggunakan teknik triangulasi data sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan : (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang

yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Patton dalam Moeloeng, 2005:178)

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Guna mendapatkan gambaran yang jelas dari penelitian yang dilakukan, maka disusun sistematika penulisan yang berisi informasi yang mencakup materi dan hal-hal yang dibahas pada setiap bab, adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran dan profil umum Jogja-NETPAC Asian Film Festival, sejarah, nilai-nilai, visi dan misi serta sejarah, profil dan struktur organisasi pengelolanya.

BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai Manajemen Event Jogja-netpac Asian Festival Film (JAFF) pada tahun 2015. Di dalam bab ini juga akan dipaparkan bahasan dari hasil penelitian serta analisis berdasarkan teori-teori yang disampaikan di BAB I

dan dipadukan dengan hasil keseluruhan data penelitian.

BAB IV

PENUTUP

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