

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini peneliti akan menyajikan sejumlah data yang telah diperoleh dari lokasi penelitian terkait dengan Festival Musik Tembi tahun 2018. Hasil data-data ini diperoleh dari hasil wawancara dan dokumen. Kemudian akan dianalisis sesuai dengan teori yang terdapat pada bab pertama. Data yang diperoleh yaitu hasil wawancara dengan beberapa informan yang telah ditentukan oleh peneliti, dokumen serta fakta-fakta dan gambar yang mendukung dalam penelitian ini. Sumber data dikumpulkan melalui wawancara tahapan-tahapan dari manajemen *Event* yang dilakukan oleh panitia Festival Musik Tembi 2018.

#### **A. SAJIAN DATA**

Festival Musik Tembi tahun 2018 dengan tema Musik Tradisi dalam Balutan Masa Kini dengan pemaknaan bahwa hidup manusia pada hakikatnya adalah pengelanaan. Festival Musik Tembi berusaha untuk memperkenalkan musik tradisi kepada seluruh lapisan masyarakat dan mengajak sebanyak-banyaknya untuk datang ke *Event* tersebut, salah satu upaya yang dilakukan oleh penyelenggara Festival Musik Tembi adalah menyelenggarakan tersebut tersebut di Tembi Rumah Budaya. Cara itu dilakukan agar menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Tembi Rumah Budaya tentang musik tradisional. Dalam menyelenggarakan Festival Musik Tembi ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh penyelenggara. Tahapan-tahapan tersebut menurut Ruslan (2008:3) adalah *planning*, *organizing*, *actuating*, *controlling* dan *evaluating*.

##### **1. Penyusunan Kepanitian Festival Musik Tembi 2018**

Penyusunan kepanitian Festival Musik Tembi 2018 merupakan salah satu langkah awal yang dilakukan dalam proses perencanaan FMT 2018 dengan membuat struktur kepanitian. Kepengurusan merupakan sebuah proses pengorganisasian. Pengorganisasian yang solid selalu menjadi hal yang penting dalam penyelenggaraan sebuah *Event*. Setelah melaksanakan perencanaan *Event* yang matang. Pengorganisasian FMT merupakan penyatuan, pengelompokan, dan pengaturan panitia FMT untuk digerakkan dalam satu kesatuan kerja sebagaimana yang telah direncanakan. Ada beberapa langkah yang dilakukan oleh penyelenggara FMT dalam rangka pengorganisasian *Event* sebagaimana dijelaskan dalam petikan wawancara berikut:

”pentingnya sebuah pengorganisasian maka dalam penyelenggaraan FMT para panitia mengelompokkan aktifitas apa saja di dalam *FMT*. Kedua, para panitia juga merumuskan dan menentukan tugas serta tanggung jawab struktur kepanitiaian dan menempatkan personil pengurusnya sesuai dengan kemampuan, kemauan, pengalaman, kondisi fisik, dan mentalnya. Ketiga, ketua FMT memberikan wewenang dan tanggung jawab yang penuh kepada ketua divisi dan pelaksananya. Keempat, para panitia FMT juga memiliki jaringan kerja yang baik sehingga memiliki alur kerja yang solid.” (Edo, Wawancara tanggal 2 Mei 2019)

Pengorganisasian merupakan pembagian fungsi, peran, tugas, dan tanggung jawab semua panitia yang terlibat didalamnya. Untuk memperpanjang kegiatan pengorganisasian, panitia mengagendakan rapat dengan frekuensi menyesuaikan setelah terbentuk kepanitian. Setelah kepanitian terbentuk kemudian ditetapkan pula bagian-bagian tanggung jawabnya selama menjadi panitia FMT.

## **2. Target Audiens Festival Musik Tembi 2018**

Langkah selanjutnya dalam perencanaan yang dilakukan pada FMT 2018 yaitu menentukan target audiens dan harapannya adalah target audiens untuk tahun 2018 harus lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya . Dalam hal ini terdapat dua jenis target pada

penyelenggaraan FMT 2018 yaitu peserta dan pengunjung. Seperti yang diungkapkan informan sebagai berikut:

“mengenai target karena ini salah satu pengenalan berbagai bunyi-bunyian dari alat musik tradisional di seluruh Indonesia, tentu saja target kita adalah seluruh masyarakat Indonesia pada umumnya yang berada di Yogyakarta maupun di luar Yogyakarta” Edo, Wawancara tanggal 2 Mei 2019)

Adapun target pengunjung dalam pelaksanaan FMT 2018 terdiri dari peserta dan pengunjung Tembi Rumah Budaya. Penonton yang menjadi target dalam kegiatan festival ini merupakan melalui pertimbangan terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh panitia yaitu mengenalkan berbagai alat musik tradisional dari berbagai daerah di Indonesia

### **3. Penentuan Tema dan Materi Festival Musik Tembi 2018**

Tema yang diusung dalam Festival Musik Tembi 2018 yaitu berklana. Tema tersebut dipilih dengan makna sebagai pengelanaan Raden Panji Asmarabangun yang mencari Dewi Galuh Candrakirana, pasangan hidupnya. Panji yang divisualisasikan dalam tari topeng klana alus kemudian sekaligus sebagai bentuk penegasan tentang karakter Panji yang halus namun dinamis dan berkelana ke berbagai tempat dan dalam pengelanaannya memperoleh berbagai pengalaman yang kemudian muncul sebagai episode cerita.

Dalam pelaksanaannya, penyelenggaraan FMT tahun 2018 membentuk tim (kepanitian) yang bertugas melakukan berbagai persiapan yang diperlukan dalam perencanaan FMT. Tahapan tersebut dimulai dengan menentukan jadwal penyelenggaraan acara FMT serta membuat susunan rencana acara dan penataan panggung sesuai dengan tema acara. Dalam persiapan acara tersebut telah terbentuk kepanitian serta kebutuhan apa saja yang harus dipersiapkan dalam penyelenggaraan FMT baik itu dalam hal dekorasi dan durasi berlangsungnya acara.

Tema yang diusung dalam FMT tahun 2018 yang mengambil tema Musik Tradisi dalam Balutan Masa Kini. Tema Berklana ini sengaja diambil dengan suatu pemaknaan bahwa hidup manusia pada hakikatnya adalah pengelanaan. Dalam FMT tahun 2018 ini didukung oleh oleh para musisi muda yang tergabung dalam Forum Musik Tembi (FoMbi) ini terus konsisten menari dan menampilkan bunyi-bunyian (musik) Nusantara yang nyaris dilupakan orang.

Materi dalam sebuah pagelaran adalah berupa target pengunjung, tema serta konsep dari sebuah acara. Selain itu juga perlu direncanakan siapa yang akan mengisi acara dan siapa saja yang dilibatkan dalam sebuah pertunjukan. Dalam FMT 2018 panitia tidak memiliki target pengunjung namun yang diselenggarakan dari tahun-ke tahun diharapkan dapat mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Berikut wawancara dengan ketua panitia penyelenggaraan FMT 2018.

“sasaran pengunjung untuk FMT ini kita tujukan kepada semua masyarakat, apalagi tema yang diusung untuk tahun 2018 menarik yaitu “Berklana”. Tema tersebut dipilih agar menarik minat berkunjung di semua usia karena tema tersebut kami untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang (Edo, Wawancara 1 Mei 2019).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, sesuai dengan tema yang direncanakan dan target sasaran yang telah ditetapkan FMT berusaha memberikan pertunjukan dengan tema yang sesuai dengan konsep *Event* di semua kalangan masyarakat. Dengan konsep FMT dengan tema yang berbeda ini, FMT yang diadakan ingin mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa terdapat berbagai macam musik tradisional di Indonesia dan memperkenalkan musik tradisi kepada seluruh lapisan masyarakat. Selanjutnya agar menarik minat masyarakat sebuah *Event* harus mempunyai keunikan. Seperti tema dalam FMT yang selalu berbeda-beda setiap tahunnya. Biasanya tema *Event* dibuat berdasarkan

dengan apa yang sedang viral dan fenomenal di masyarakat. Berikut hasil wawancara dengan sekretaris penyelenggara FMT 2018.

“untuk dapat menarik minat berkunjung dalam setiap *Event* yang diselenggarakan tahunan, maka panitia harus bekerja keras untuk menciptakan keunikan dalam setiap tahun penyelenggaraan, panitia harus bisa memberikan sesuatu yang berbeda karena isu sosial yang ada tiap tahun itu kan juga berbeda, temanya pun kan harus aktual juga di masyarakat” (Niki, wawancara tanggal 4 Mei 2019)

Berdasarkan hasil wawancara diatas terlihat bahwa dalam menentukan tema FMT disesuaikan dengan apa yang sedang fenomenal dan perbincangan di masyarakat umum. Seperti pada FMT 2018 yang banyak menjadi perbincangan adalah mengenai berklana yang kondisional menurut panitia penyelenggaraan pada tahun 2018. Penyelenggara FMT juga merencanakan siapa saja musisi yang diundang dan mengisi acara tersebut. Untuk menginformasikan kepada para musisi yang akan tampil di *Event* FMT, penyelenggara FMT memberikan arahan kepada para tamu undangan yang akan mengisi acara di FMT tentang hal-hal yang perlu diketahui para pengisi acara, seperti tanggal dan susunan acara, jam berapa mereka akan tampil dan berapa menit mereka akan tampil di atas panggung. Arahan ini penyelenggara FMT lakukan pada saat sebelum dilaksanakannya *Event*.

Untuk memilih siapa-siapa saja yang diundang dan mengisi acara di FMT penyelenggara FMT sendiri memiliki dua cara yaitu lewat jalur undangan dan komunitas. Jika lewat jalur undangan maka penyelenggara FMT sendiri yang mengundang, jika lewat komunitas artinya komunitas itu yang meminta untuk tampil di FMT. Komunitas juga mempunyai syarat jika ingin tampil di *Event* FMT, komunitas tersebut harus sudah berdiri selama lebih dari 3 tahun, artinya komunitas tidak dibentuk hanya semata-mata untuk FMT saja. FMT juga memilih para tamu undangan dan pengisi acara yang akan

tampil berdasarkan latar belakangnya juga, hal tersebut dilakukan dengan tujuan penyelenggara FMT mengundang mereka dengan maksud untuk memperkenalkan berbagai musik tradisional kepada masyarakat.

FMT yang merupakan *Event* tahunan ini diselenggarakan di Tembi Rumah Budaya yang mengenalkan berbagai musik tradisional tetap mengusung konsep yang sama yaitu mengenalkan alat-alat musik tradisional yang saat ini sebagian besar masyarakat sudah tidak mengenali atau tidak mengetahui keberagamana musik nusantara sebagai kekayaan bangsa Indoensia.

FMT tahun 2018 yang mengusung tema Berklana memiliki makna sebagai pengelanaan Raden Panji Asmarabangun yang mencari Dewi Galuh Candrakirana, pasangan hidupnya. Intinya adalah pengelanaan mencari sesuatu yang terang, indah, dan menenangkan.

Para tamu undangan yang tampil mengisi acara FMT, panitia FMT hanya menyediakan segala kebutuhan yang diinginkan oleh para seniman saat tampil di atas panggung. Para seniman sendiri selalu bersedia jika diundang untuk tampil di FMT walaupun tidak dibayar, bahkan beberapa seniman meminta untuk agar bisa tampil di FMT untuk mengenalkan alat musik yang sebagian besar masyarakat tidak tahu. Untuk para pengisi acara FMT jika dilihat dari jumlah penonton, selalu lebih menyukai hal-hal yang baru. Hal itu sangat wajar, karena biasanya yang diundang yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat kurang diminati.

Sebagai sebuah *Event* tahunan di Yogyakarta yang bertujuan untuk mengenalkan berbagai alat musik di Indonesia kepada semua masyarakat, panitia FMT harus mampu membuat *Event* tersebut menarik minat pengunjung. Salah satu faktor yang harus

diperhatikan adalah penataan panggung dan tema pada *Event* FMT. Selain lokasi yang memberikan daya tarik tersendiri para seniman yang tampil di FMT juga menjadi daya tarik utama pengunjung. Selain itu di dalam *Event* FMT terdapat beberapa bazar yang menjual makanan dan minuman tradisional yang ditawarkan oleh masyarakat, selain itu juga panitia menyediakan *merchandise* resmi dari FMT setiap tahunnya dan beberapa seniman yang menjadi penampil di stand oleh-oleh FMT.

#### **4. Merencanakan Promosi Festival Musik Tembi 2018**

Promosi dilakukan untuk mendapatkan target pengunjung yang diharapkan yaitu dapat meningkatkan pengunjung dari tahun sebelumnya merupakan salah satu dari target FMT 2018. Aktivitas promosi dapat mencari salah satu indikator dari kesuksesan dari sebuah *Event*, untuk itu promosi yang dilakukan harus menarik perhatian masyarakat, informatif, kreatif, dan persebaran yang merata sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Nisa Amalina Setiawan (2014) yang menyimpulkan bahwa dari keseluruhan bentuk promosi, prioritas utama promosi dilakukan melalui *Event* dan public relation. Dengan demikian semakin banyak jumlah pengunjung yang ditargetkan, maka akan semakin banyak pula alokasi dana serta kuantitas alat-alat dan media promosi yang digunakan. Pendanaan merupakan faktor penting dalam perencanaan promosi, hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ory Pranata (2018) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang menghambat dalam melakukan aktivitas promosi salah satunya adalah keterbatasan dana yang dianggarkan.

Berikut wawancara dengan bagian publikasi penyelenggaraan FMT 2018.

“Dalam hal promosi kami karena sekarang era digital, kami memaksimalkan promosi melalui digital dan mengurangi promosi melalui media konvensional, hal tersebut kami lakukan karena kami melihat potensial marketnya lebih ke digital lebih efektif dan efisien, misal dari group ke group. Selain itu juga kami memiliki media partner

dari beberapa media konvensional yang akan meliputi *Event* FMT ini diantaranya adalah Harian Kompas, Bernas.id, Radar Jogja, Kumparan, Koran Merapi, Radio Istakalisa, Tribun Jogja, MMTC Radio dan lainnya. Untuk media konvensional kami menyerahkan pada media partner kami tersebut, dan promosi dari penyelenggara lebih banyak ke media digital” (Niki, wawancara tanggal 5 Mei 2019)

Promosi perlu dilakukan dalam mengkomunikasikan FMT kepada masyarakat agar penyelenggaraannya dapat berjalan dengan baik dan mendatangkan kepuasan bagi pengunjung. Sebagaimana dijelaskan bahwa tujuan dari promosi adalah untuk mendapatkan respon positif dari pengunjung, sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam FMT 2018 dapat tersalurkan, yaitu agar pengunjung mengetahui FMT diadakan untuk mengenalkan keberagaman alat musik tradisional kepada masyarakat yang sebagian besar masyarakat belum mengetahui.

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh media partner Tembi Rumah Budaya dengan media Kompas sebagai berikut



Artikel dengan Tagar

festival musik tembi

## Pengarsipan untuk Lestarikan Musik Tradisi

Humaniora ·

4 Mei 2018 · 04:35 WIB



BANTUL, KOMPAS – Keragaman musik tradisi di Nusantara beserta bermacam keunikan alat musiknya hingga kini belum seluruhnya terdokumentasikan dengan baik. Upaya pengarsipan penting segera dilakukan agar warisan musik tradisi tetap...



Gambar 3.1.  
Promosi Tembi Rumah Budaya di Media Kompas

Promosi melalui media Kompas tersebut merupakan salah satu media promosi offline kerjasama Tembi Rumah Budaya dengan media Kompas. Melalui media Kompas disampaikan tentang bagaimana musik tradisinal harus dilestarikan dan untuk melestarikannya digelar salah satu *Event* tahunan yang dikemas dalam Festival Musik Tembi yang bertujuan untuk memperkenalkan jenis alat musik dan bunyi-bunyian nusantara. Dengan membangun media relasi tersebut diharapkan dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan jumlah peserta sesuai target karena peningkatan jumlah pengunjung juga tidak terlepas dari terjalannya media relasi yang ikut berperan dalam kegiatan promosi. Hal tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya Siti Ropiah Nurrahmat (2012), hasil penelitiannya menyatakan bahwa keberhasilan membangun

media relasi dan jumlah peserta yang sesuai target dianggap sebagai indikator keberhasilan dalam berpromosi, tanpa mengetahui media apa yang efektif dan efisien untuk mempromosikan sebuah *Event*.

Selain Kompas terdapat beberapa media partner digital yaitu Kumparan juga dijadikan sebagai media promosi seperti terlihat dalam gambar berikut.



Forum Musik Tembi (FMT) kembali menggelar Festival Musik Tembi untuk yang ke-8 kalinya. Kali ini, festival yang mengangkat tema “Berkelana” itu digelar selama dua hari yakni Sabtu-Minggu, 5-6 Mei 2018, di Tembi

Gambar 3.2.

### Promosi Tembi Rumah Budaya di Media Kumparan

Gambar di atas menunjukkan salah satu aktivitas promosi Tembi Rumah Budaya melalui media online. Selain media offline Tembi Rumah Budaya melakukan promosi melalui online dengan pertimbangan bahwa pada era digital yang perkembangannya begitu cepat harus selalu ada inovasi yang dilakukan ditengah-tengah perkembangan teknologi informasi tersebut. Media online di era digital saat ini memiliki kepentingan

yang memang diharuskan karena perkembangan promosi juga harus dibarengi dengan dinamika komunikasi masyarakat, ketika masyarakat banyak mengkonsumsi media online, maka pemasaran melalui media online dianggap paling efektif, demikian pula yang dilakukan oleh Tembi Rumah Budaya.



Gambar 3.3.  
Promosi Tembi Rumah Budaya di Media Bernas.id

Media promosi yang digunakan oleh penyelenggara adalah dengan media digital yang utama serta menjalin media partner untuk promosi secara konvensional. Berikut hasil wawancara dengan ketua penyelenggara FMT 2018.

”Kami memilih mempromosikan FMT tahun 2018 melalui media digital, karena kami melihat promosi melalui media digital lebih efektif dibandingkan dengan media yang lain. Masyarakat sekarang lebih memilih konsumsi media digital dibandingkan dengan media konvensional. Jika promosi melalui media konvensional kami melihatnya tidak begitu efektif, untuk itu dalam promosi melalui media konvensional kami menjalin partner dengan media konvensional untuk meliput kegiatan FMT ini” (Edo, wawancara tanggal 3 Mei 2018).

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa FMT dalam promosinya pemanfaatan media digital melalui media sosial. Hal tersebut berarti bahwa FMT tidak ingin kehilangan kesempatan untuk terus berinovasi mendekatkan diri kepada masyarakat dengan mengikuti trend di masyarakat menggunakan media sosial.



Gambar 3.4.  
Promosi Melalui Media Sosial Instagram

Dengan adanya media sosial diharapkan masyarakat dapat mengetahui akan adanya FMT dan apa saja kegiatan-kegiatan yang diadakan di dalam FMT sendiri. Pesan yang disampaikan baik melalui media sosial, media cetak, dan media komunikasi pada

dasarnya sama yaitu diterangkannya mulai dari lokasi *Event*, tema, dan waktu pelaksanaan yang akan diselenggarakan. Informasi dibagikan mulai dari satu bulan sebelum pelaksanaan *Event*.

## **5. Penyusunan Anggaran Festival Musik Tembi 2018**

Setelah semua telah ditentukan dalam menyelenggarakan *Event* juga merencanakan anggaran yang dibutuhkan. Anggaran penyelenggaraan *Event* diperoleh dari sponsor dan Donatur. Berikut hasil wawancara dengan Sekretaris penyelenggaraan FMT 2018.

“Dalam perencanaan sebuah *Event* atau acara, hal yang paling krusial adalah pendanaan acara. Pendanaan acara merupakan salah satu kelemahan kami, karena bagaimanapun kami merangkai dana dalam suatu acara pasti saja biasanya berbeda dengan pelaksanaan. Rencana yang kami susun sesuai dengan kebutuhan misalnya sekian tapi adanya dana tidak sesuai dengan yang direncanakan biasanya ada beberapa yang di cut sesuai dengan dana yang ada agar dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan dana yang ada. (Niki, wawancara tanggal 4 Mei 2019)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa salah satu hambatan yang dialami penyelenggara FMT adalah dalam hal budget (pendanaan) dimana dalam hal pendanaan seringkali apa yang direncanakan dan telah dihitung berapa budget yang dibutuhkan dalam penyelenggaraan acara tersebut, namun dana yang didapatkan dari sponsor dan donator tidak sesuai dengan rencana anggaran biaya yang telah direncanakan. Hal tersebut biasanya ada beberapa biaya yang memang tidak dikeluarkan dan panitia membuat rincian lagi dengan memaksimalkan dana yang ada.

## **6. Pelaksanaan Festival Musik Tembi 2018**

Proses pelaksanaan merupakan tahap yang dilakukan setelah perencanaan. Setelah perencanaan 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 bekerja sama untuk kelancaran pelaksanaan *Event*. Pada saat *Event* semua hasil dari perencanaan akan ditampilkan dalam bentuk Festival Musik Tembi 2018.

Susunan acara disusun oleh bagian sie acara, dalam hal ini sie acara bertugas untuk menyusun dan mengatur semua susunan acara yang nantinya akan ditampilkan selama FMT serta bagaimana urutan acara yang ditampilkan berdasarkan pada tamu undangan dan pengisi acara.. Berikut adalah hasil wawancara dengan bagian sie acara FMT 2018.

“Menarik tidaknya sebuah *Event* tergantung dari susunan acara, oleh karena itu dalam menyelenggarakan acara selalu memperhatikan susunan acaranya. Dalam menyusun acara, penyelenggara FMT melihat dari jumlah pengunjung tahun-tahun sebelumnya. Apa saja yang membuat pengunjung tertarik dari bagian-bagian acara yang ditampilkan hal tersebut menjadi parameter dalam menyusun acara untuk memenuhi target pengunjung” (Nindya, wawancara tanggal 5 Mei 2018)



Gambar 3.5  
Suguhan Tarian Tradisional pada FMT 2018

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam merencanakan susunan acara yang akan ditampilkan dalam FMT, pihak penyelenggara senantiasa menggunakan pedoman dan observasi dari tahun-tahun sebelumnya. Apa yang membuat pengunjung tertarik dari setiap segmen acara yang ditampilkan dan akan dikemas lagi sesuai dengan tingkat ketertarikan penonton dalam acara FMT kedepannya.

Dalam penyelenggaraan sebuah *Event* terdapat beberapa faktor yang mendukung acara tersebut dapat terlaksana dengan baik, begitu pula dalam FMT 2018 faktor pendukung yang sudah dipersiapkan oleh penyelenggara FMT berdasarkan hasil wawancara adalah sebagai berikut.

”beberapa faktor pendukung dalam penyelenggaraan FMT adalah terkait dengan logistik atau penyediaan makanan sama minuman buat para tamu undangan dan pengisi acara, penjual makanan dan minuman buat para pengunjung, faktor keamanan dari pihak FMT, penyediaan toilet umum, serta karcis parkir.” (Nindya, wawancara tanggal 4 Mei 2019).

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa penyelenggara telah merencanakan berbagai faktor-faktor pendukung dalam penyelenggaraan FMT mulai dari penyediaan toilet, logistik baik bagi tamu maupun pengunjung serta penataan area parkir bagi panitia, undangan maupun pengunjung masyarakat umum.

Semua faktor pendukung yang telah direnakan sesuai dengan dengan perencanaan awal seperti halnya penyediaan makanan dan minuman untuk tamu undangan, penjual makanan dan minuman untuk pengunjung, keamanan dari pihak FMT, toilet umum, dan karcis parkir..

Faktor pendukung lainnya adalah adanya stand-stand hasil karya masyarakat yang mengandung unsur kebudayaan, seperti dalam Gambar berikut merupakan stand cinderamata dari salah satu stand dengan gambar tema yang diangkat dalam FMT 2018



Gambar 3.6  
Souvenir FMT 2018

Dalam hal penataan panggung, penyelenggara FMT 2018 telah menentukan bagaimana tatanan panggung dan dekorasi dengan mempertimbangkan beberapa faktor dan yang jelas adalah bagaimana dekorasi dan tatanan panggung tersebut dapat menarik



perhatian penonton. Dengan demikian tata panggung harus menjadi perhatian bagi penyelenggara agar *Event* yang digelar lebih terlihat menarik. Berikut hasil wawancara dengan sie Acara FMT 2018

“dalam perencanaan tatanan panggung selain harus menarik, tatanan panggung juga disesuaikan dengan tema yang diusung agar dapat mact dengan acara dan menarik perhatian masyarakat. Selain itu lay out juga direncanakan sedemikian rupa sehingga memudahkan dalam penataan dan sebagainya” (Nindya, wawancara tanggal 5 Mei 2019).

Berikut disajikan dokumentasi salah satu suguhan menarik dalam penutupan musik Tembi tahun 2018



Gambar 3.7  
Rangkaian Acara Penutupan FMT 2018

Dari awal pelaksanaan sampai dengan penutupan selalu disajikan suguhan-suguhan yang menarik sehingga diharapkan pengunjung yang hadir akan bisa hadir lagi pada Festival Musik Tembi tahun berikutnya.

Pada penyelenggaraan FMT 2018 terdapat pengawasan atau kontrol, baik dari ketua panitia kepada anggotanya maupun dari anggota kepada ketua panitia dan sesama panitia FMT merupakan sesuatu hal yang penting. Berfungsinya dari masing-masing kepanitian ini akan membuat kepanitiaan menjadi tahu akan adanya kesalahan, kekurangan, kelemahan, rintangan, tantangan, dan kegagalan dalam mencapai tujuan pelaksanaan

FMT. Pengawasan dapat dilakukan dengan mengamati jalannya pelaksanaan kegiatan *Event*, mengukur keberhasilan dan kegagalannya. Pengawasan dapat dilakukan dengan mengamati jalannya pelaksanaan kegiatan *Event*, mengukur keberhasilan dan kegagalannya dengan standar sebagaimana yang telah ditetapkan dalam perencanaan, untuk selanjutnya memperbaiki kesalahan dan kekurangan serta mencegah terjadinya kegagalan. Fungsi pengawasan ini ditetapkan oleh panitia FMT dalam rangka menghitung berapa jumlah dana yang keluar masuk. Fungsi pengawasan juga diterapkan pada pengunjung, berapa banyak jumlah pengunjung yang keluar masuk. Panitia FMT juga mengadakan evaluasi dan rapat setiap kali telah selesai mengadakan *Event*. Untuk menjadikan acara ini menjadi lebih baik lagi tiap tahunnya panitia FMT mengadakan pengawasan dan evaluasi, sehingga tiap tahunnya acara berjalan dengan baik.

## **7. Evaluasi Festival Musik Tembi 2018**

Tahap yang dilakukan setelah acara diselenggarakan yaitu melakukan evaluasi. Evaluasi ditunjukkan untuk mendapatkan hasil dari pihak-pihak yang terlibat pada penyelenggaraan FMT mengenai kelebihan dan kekurangan *Event* tersebut. Evaluasi dilakukan setiap usai *Event* FMT terlaksana oleh para panitia. Berikut hasil wawancara dengan penyelenggara FMT terkait evaluasi

“kegiatan evaluasi kami adakah berdasarkan perdevisi, selain itu juga ada evaluasi secara keseluruhan, semua panitia berkumpul dalam rangka LPJan, antara panitia FMT dan ada beberapa masyarakat yang diundang, dan dilakukan evaluasi dari masing-masing sie” (Nindya, Wawancara tanggal 5 Mei 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa evaluasi selalu dilaksanakan setiap selesai mengadakan *Event*, evaluasi dilakukan perdivisi jika memang ada kendala dan permasalahan, bagaimana cara mengatasinya hal tersebut sebagai pedoman untuk pelaksanaan tahun berikutnya sebagai perbaikan. Selain itu untuk melihat

evaluasi pelaksanaan kegiatan peneliti juga mewawancarai pengunjung FMT 2018.

Berikut hasil wawancara dengan salah satu pengunjung FMT 2018.

“Tahun kemarin saya tertarik melihat FMT karena saya pengen melihat group musik tradisional Swaranusa yang menggabungkan musik tradisi dari berbagai wilayah di Indonesia, selain itu juga karena pengen melihat keunikan-keunikan musik tradisi yang lain yang belum pernah saya jumpai” (Ardiyanto, Wawancara tanggal 10 Mei 2019)

Berdasarkan dari wawancara di atas menunjukkan bahwa dengan menghadirkan sesuatu yang baru dan inovatif dapat menjadi daya tarik tersendiri dari pengunjung, seperti yang disampaikan dalam wawancara di atas yang menunjukkan bahwa FMT dengan kemasan yang unik dan belum pernah diadakan dipertunjukan manapun menjadi sesuatu daya tarik tersendiri. Pengunjung menjadi memiliki pengalaman terbaru dimana pengunjung memiliki pengetahuan baru tentang alat-alat musik tradisional yang ada di Indonesia yang belum pernah diperkenalkan atau dipublikasikan karena selama ini alat-alat musik tradisional yang diketahui oleh masyarakat umum maupun diajarkan di sekolah-sekolah hanya terbatas itu-itu saja.

Hal yang sama juga disampaikan oleh pengunjung lain yang tertarik melihat FMT karena pertunjukan alat musik yang belum pernah diketahuinya. Berikut hasil wawancara dengan pengunjung kedua.

“waktu itu saya dapat info kalau ada pertunjukan alat musik Bundengan dari Wonosobo yang sudah langka, saya tertarik dan penasaran karena saya sendiri orang dari Wonosobo belum pernah melihat alat musik tersebut. Selain itu juga konsepnya yang unik, jadi ketika kita datang ke acara tersebut itu benar-benar suasana tradisionalnya menena apalagi dibuat di Tembi Rumah Budaya yang kental dengan suasana etnisnya” (Kusuma, wawancara tanggal 10 Mei 2018)

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa di Yogyakarta sendiri yang merupakan kota pelajar dengan mahasiswa yang belajar di sini dari berbagai kota-

kota besar di luar Yogyakarta tentunya memiliki budaya sendiri-sendiri dari daerahnya. Dengan ditampilkannya pertunjukan yang unik pagelaran alat-alat musik tradisional di seluruh Indonesia yang dikemas dalam FMT tersebut diharapkan dari beragamnya masyarakat yang tinggal di Yogyakarta menjadi tertarik untuk mengenal keberagaman alat-alat musik yang ada di Indonesia seperti disampaikan oleh pengunjung dalam petikan wawancara di atas yang menunjukkan bahwa alat musik dari daerah asalnya menjadikan daya tarik masyarakat untuk menonton FMT.

Berdasarkan wawancara dari pengunjung yang datang di Festival Musik Tembi, mereka juga tertarik untuk berkunjung ke Tembi Rumah Budaya

“Iya saya juga penasaran dengan bale inap Tembi Rumah Budaya, Mungkin kalau ada promo menarik saya mau menginap di Tembi Rumah Budaya” (Ardiyanto, wawancara tanggal 20 Desember 2018)

Hasil di atas menunjukkan bahwa penonton Festival Musik Tembi juga tertarik untuk mengunjungi ataupun sekedar menginap di Tembi Rumah Budaya.

## **B. PEMBAHASAN**

Penyelenggaraan manajemen event musik Festival Musik Tembi untuk meningkatkan minat pengunjung pagelaran FMT ini panitia tentunya tidak melakukan secara asal dan instan. Tetapi telah direncanakan dengan konsep yang matang. Namun, konsep *Event* FMT tidak dapat menjamin keberhasilan penyelenggaraan dan tercapainya tujuan. Selain konsep dibutuhkan juga manajemen *Event* untuk melihat serta memastikan efektifitas dan efesiensi dari penyelenggaraan *Event*. Tahapan-tahapan tersebut adalah *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, *Controlling*, *Evaluating*, dan Tanggapan Pengunjung.

### 1. Tahap Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap perencanaan perencanaan yang dilakukan oleh panitia FMT sudah dilaksanakan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Goldbatt (2002:35) 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.

Berdasarkan pada teori yang disampaikan Goldbatt (2002:35) langkah yang dilakukan FMT dalam melakukan perencanaan sudah sesuai, karena dengan melakukan observasi dan wawancara dengan panitia FMT dapat mengetahui pelaksanaan FMT. Di dalam rapat pelaksanaan FMT panitia juga membahas tentang proses penetapan hari pelaksanaan FMT. Hal tersebut terlihat sederhana namun akan menjadi masalah besar bilamana panitia FMT tidak mempertimbangkan proses penetapan hari, karena proses penetapan hari akan berpengaruh dengan jumlah pengunjung yang akan datang. Ini memberikan kejelasan bahwa perencanaan yang dilakukan panitia FMT memberikan pengaruh kepada penyelenggaraan *Event*, dan akan semakin memperkecil resiko kemungkinan masalah-masalah yang tidak diharapkan terjadi.

Dalam hal materi FMT yaitu diantaranya menargetkan tentang jumlah pengunjung, tema dan konsep dari susunan acara. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan menyatakan jika yang menjadi target sasaran dalam *Event* FMT yakni seluruh masyarakat. Hal tersebut berarti bahwa menurut analisa peneliti FMT telah memiliki segmentasi audience. Segmentasi merupakan proses mengotakkan pasar (yang heterogen) kedalam kelompok-kelompok “potential customers” yang memiliki kesamaan kebutuhan atau karakter yang memiliki respon yang sama (Kasali, 2007:119). Dengan memiliki

segmentasi audience, maka FMT melakukan identifikasi audience sasaran, yang dapat menyebabkan FMT lebih efektif. Hal tersebut didukung oleh Kotler (1999:11) komunikasi yang dijalankan harus memperhatikan unsur keefektifitasannya, diantaranya mengidentifikasi audiens sasaran ini sangat diperlukan untuk memudahkan komunikasi dalam memutuskan apa yang akan dilakukan untuk membidik sasaran tersebut secara tepat.

## 2. Pada *Organizing*

*Organizing* selalu terkait dengan penentuan target pengunjung, langkah selanjutnya adalah membuat ide tentang tema dan konsep FMT. Langkah awal dalam tahap ini adalah kepanitiaan FMT melakukan *brainstorming* untuk memunculkan ide-ide mengenai penyelenggaraan FMT. Proses penentuan tema dan konsep *Event* ini tetap mengacu berdasar pada analisa situasi yang telah dilakukan. Pada penyelenggaraan FMT yang disesuaikan dengan kondisi yang telah diteliti oleh panitia, maka tema FMT 2018 adalah Berklana yang dimaknai sebagai pengelanaan Raden Panji Asmarabangun yang mencari Dewi Galuh Candrakirana, pasangan hidupnya. Intinya adalah pengelanaan mencari sesuatu yang terang, indah, dan menyenangkan. Tema ini diharapkan bisa menyebarkan semangat untuk berbuat kebaikan dan menyebarkan kebahagiaan kepada semua orang. Berdasarkan tema yang ditentukan tersebut, menurut peneliti pembuatan tema dan konsep *Event* FMT tersebut telah sesuai dengan penelitian Rahmat (2014:10) penyelenggara *Event* menggabungkan ide-ide yang ada secara keseluruhan. Rapat yang dilakukan memungkinkan para anggota untuk saling berkomunikasi secara langsung dimana hal ini memudahkan proses desain dan menghindarkan terjadinya permasalahan karena miskomunikasi. Peneliti melihat bahwa berdasarkan pemaparan tersebut, proses

*brainstorming* yang dilakukan oleh para panitia FMT untuk memunculkan ide mengenai penyelenggaraan *Event* menunjukkan adanya sebuah proses diskusi dalam menentukan tema dan konsep *Event* dalam penyelenggaraan FMT.

Salah satu indikator dari keberhasilan sebuah *Event* adalah adanya dukungan yang diberikan oleh pihak pendukung diluar dari kepanitiaan *Event* FMT. FMT menggunakan strategi komunikasi dengan memperluas jaringan distribusi informasi dan promosi FMT dengan menjalin kemitraan dengan berbagai media konvensional. Komunikasi memang diperlukan dalam penyelenggaraan *Event* sebagai upaya untuk memperkenalkan *Event* kepada publik, dan kemudian mampu mendorong setiap orang untuk membaca, mendengar, atau melihat sehingga tertarik untuk mengunjungi penyelenggaraan *Event*. Akan tetapi, strategi komunikasi mestinya dilaksanakan dengan hati-hati, sesuai dengan anggaran yang hendak dituju dan pertimbangan anggaran yang direncanakan.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh FMT sudah sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Abudullah (2009:307). Panitia FMT menggunakan saluran komunikasi media digital dan menggunakan media partner untuk media promosi konvensional. Hal tersebut dilakukan oleh panitia FMT karena disesuaikan dengan fenomena penggunaan media di masyarakat dan target sasaran yang dituju sebelum memutuskan alat komunikasi pemasarannya menggunakan media digital agar strategi komunikasi FMT lebih efektif dan tepat sasaran.

### 3. Pada *Actuating*

Pada proses *actuating* merupakan proses penetapan rangkaian acara FMT tersusun proses penetapan FMT oleh kepanitiaan *Event* sudah sesuai dengan apa yang diterangkan oleh Hoyle mengenai pendekatan yang perlu diperhatikan dalam menyelenggarakan

sebuah *Event*. Dalam Hoyle (2002:1) menjelaskan untuk menyelenggarakan *Event* perlu diperhatikan karakter entertainment, dimana penyelenggara *Event* mampu menyediakan hiburan yang menarik audiens untuk keluar dari rumahnya dan mencoba sesuatu yang tidak biasa mereka peroleh di rumah. Pendekatan yang kedua adalah excitement, dimana suatu *Event* mampu memberikan kesan ke benak pengunjung yang hadir dan tidak mudah dilupakan.

#### 4. Pada *Controlling*

Pada proses controlling, berdasarkan hasil penelitian dengan para informan terkait strategi komunikasi pemasaran Tembi Rumah Budaya melalui Festival Musik Tembi dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan melakukan observasi langsung ditempat, maka peneliti dapat mengetahui bagaimana terkait Strategi Komunikasi Pemasaran Tembi Rumah Budaya Dalam Meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam setiap *Event* festival Musik Tembi yang diagendakan setiap tahun dengan tema yang berbeda-beda, manajemen even yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun yaitu sebelumnya dengan pembentukan panitia *Event* dan selanjutnya membahas terkait perancangan tujuan dan sasaran dibuatnya *Event* sebagai media promosi, tujuan dari diadakannya *Event* ini untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Tembi Rumah Budaya. Rancangan pesan pada pemasaran yang disampaikan melalui *Event* Festival Musik Tembi dengan cara menawarkan dan memberikan serta memperkenalkan dan menggali bunyi-bunyian nusantara, dalam pemasarannya tentu saja Festival Musik Tembi dibantu dengan alat atau media pemasaran berupa media online dan offline sebagai media utamanya, karena penggunaan media online dan offline ini dianggap praktis dan lebih efektif dan mudah untuk diakses oleh semua masyarakat.



Hasil tersebut didukung oleh penelitian Maiasa Fitriani dan Rini Andari yang berjudul “Meningkatkan Keputusan Berkunjung melalui Speasial *Event* di Museum Konferensi Asia Afrika), dalam penelitiannya disimpulkan bahwa *Special Event* di Museum Konperensi Asia Afrika sudah cukup baik, Food/ Hospitality Aspect memperoleh nilai paling tinggi dibandingkan dengan indikator lainnya menunjukkan bahwa Food/Hospitality Aspect yang diukur bedasarkan keramahan, kesopanan dan kecepat tanggapan pemandu Museum mampu membuat dan secara keseluruhan keputusan berkunjung di Museum Konperensi Asia Afrika bedasarkan hasil daerah kontiminium berada di wilayah kategori sedang. Pemilihan Merek menjadi nilai paling tinggi dibanding indikator-indikator lainnya. Artinya Nama Museum Konperensi Asia Afrika udah melekat di dalam benak pengunjung Museum Konperensi Asia Afrika sehingga mampu menjadi alasan yang kuat sebagai alasan berkunjung.

Setelah melakukan promosi tentunya harus dilakukan yang namanya tahapan evaluasi, guna melihat berhasil atau tidaknya kegiatan promosi yang dilakukan, bedasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan kunci, bahwa bedasarkan hasil evaluasi dari promosi ini dinyatakan berhasil atau sukses karena jarang sekali terjadinya kegagalan. Karena tahapan evaluasi ini dilakukan setiap hari dan selalu dilakukan pengawasan dan pemantauan ulang. Tentunya hal ini merupakan keberhasilan dari strategi yang dilakukan dengan serangkaian tahapan mulai dari dilakukannya penetapan tujuan, sasaran, pesan, media dan evaluasi membuat para penikmat musik tradisional di seluruh nusantara.

##### 5. Proses *evaluating*

Evaluasi kegiatan penting dilakukan karena digunakan untuk melihat dan mencapai tujuan yang diharapkan dengan keberhasilan atau tidaknya strategi komunikasi yang dijalankan. Strategi Komunikasi Pemasaran harus ditingkatkan dalam penerapannya yang tentunya sudah direncanakan, yaitu pemilihan tujuan dan sasaran yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan teknik operasionalnya dan harus menunjukkan peningkatan dari hasil kinerja yang telah dilakukan agar terwujudnya strategi yang mendapatkan hasil yang optimal dan memuaskan.

Pentingnya strategi komunikasi dalam melakukan suatu pemasaran menjadi faktor penentu dalam keberhasilan dari apa yang ingin disampaikan atau apa yang menjadi tujuan. Dalam mencapai keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi, karena tanpa adanya strategi komunikasi yang dilakukan dengan baik pada suatu instansi dan *Event*, maka tidak akan mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Dan bagaimana rencana strategi komunikasi sebuah *Event* tersebut dilaksanakan tergantung dari kepanitiaian tersebut besar kemungkinan keberhasilan dari strategi komunikasi itu tergantung dari orang-orang atau unsur yang terkait dan terlibat didalamnya. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Taufik Sementara itu terkait target sasaran yang dimiliki Tembi Rumah Budaya adalah pertama kepada penikmat musik tradisional, target sasaran ini harus diperhitungkan dengan tepat apakah sesuai atau tidaknya karena berkaitan dengan hasil dan tujuan yang diinginkan. Alasan kenapa target sarannya kepada penikmat musik tradisional tentunya agar lebih fokus. Target sarannya juga sebenarnya tidak kepada penikmat musik tradisional saja tetapi semua kalangan. Proses penyampaian suatu pesan adalah sama pentingnya dengan isi pesan yang akan disampaikan harus menggunakan strategi komunikasi yang tepat juga.

Cara penyampaian pesan tersebut dapat menentukan apakah pendengar menangkap pesan yang disampaikan tersebut atau tidak. Pesan merupakan bagian dari unsur-unsur komunikasi yang mana sesuatu hal yang disampaikan oleh pengirim dan diterima oleh penerima.

Komunikasi melalui sebuah saluran yang akan menghasilkan *feedback* yang baik jika pengemasan pesan yang disampaikan oleh komunikator atau pengirim itu baik. Pesan adalah setiap pemberitahuan atau komunikasi baik lisan maupun tertulis yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain. Pesan menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Dari hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan informan penelitian, peneliti mendapatkan informasi mengenai penyampaian pesan yang dilakukan Festival Musik Tembi dalam melakukan promosi baik di media online maupun offline dalam penyampaian pesan itu berupa dengan cara memberikan informasi dan pengetahuan Festival Musik Tembi yang memperkenalkan jenis alat musik dan bunyi-bunyian nusantara. Pesan yang disampaikan adapun menurut analisis penelitian adalah melalui sosialisasi secara langsung kepada pengunjung dengan menggunakan media online dan offline. Masyarakat yang telah melihat Festival Musik Tembi diharapkan tidak hanya mengetahui jenis-jenis musik nusantara saja, tetapi harus memahami juga tujuan dari acara tersebut digelar setiap tahun. Dengan cara menginformasikan kepada masyarakat dengan cara menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan hasil karya para seniman nusantara. Pesan yang disampaikan kita harap bisa diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Tujuan pesan sendiri sudah sangat jelas dibuat dengan matang dan tertuju sesuai rencana.

Pembahasan media di era digital saat ini sangat begitu luas dan pesat perkembangannya baik media cetak maupun elektronik. Selalu ada inovasi yang dilakukan ditengah-tengah perkembangan teknologi informasi tersebut. Media dalam suatu waktu terkadang memiliki kepentingan yang memang diharuskan dan ada pula bisa dikatakan tidak diperlukan Media yang dimaksud disini yaitu, alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlangsung dalam proses komunikasi tersebut. Hasil tersebut mendukung penelitian sebelumnya Bayu Arya Permana (2017) yang menyatakan bahwa pemasaran via internet dengan cara menggunakan website, email dan media sosial memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan wisata mulai dari mengenalkan tempat wisata hingga *Event-Event* penyelenggaraan di tempat wisata tersebut.

Media di era moderenisasi ini sangat dibutuhkan dan memegang peran penting guna menyampaikan informasi kepada masyarakat, komunikasi satu sama lain tanpa memperhitungkan jarak dan lain sebagainya. Media yang digunakan dan dipilih Tembi Rumah Budaya dalam melakukan promosinya yaitu menggunakan 2 (dua) jenis media, media *online* dan *offline*. Dalam hal ini tentunya ada alasan kenapa memilih media yang digunakan dalam melakukan promosi karena pemilihan mediaupun harus diperhitungkan dengan tepat serta disesuaikan berkaitan dengan target sarannya dan tujuan yang diinginkan. Memaksimalkan rancangan media dilakukan sesuai dengan apa yang menjadi sarannya. Hal tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Sari Nurnaini H (2009) yang menyatakan bahwa efektivitas pemasaran *Event* dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan berbagai media cetak seperti surat kabar lokal dan nasional, hal

tersebut terbukti efektif karena biasanya kegiatan melalui media ini untuk mempromosikan *Event-Event* akan lebih mengena pada target sasaran.

Melalui media *online* dan *offline* dikarenakan merasa sebagai alat untuk membantu Tembi Rumah Budaya dalam melakukan promosi dengan banyaknya informasi yang bisa di *share* didalamnya. Sedangkan jika berbicara mengenai pemanfaatan media dalam hal membantu dalam upaya peningkatan penjualan tentunya sangat berpengaruh. Hal ini jika dilihat dari perkembangan Tembi Rumah Budaya itu sendiri dari waktu ke waktu terlihat adanya perkembangan dalam segi jumlah pengunjung dan ketertarikan masyarakat terhadap Festival Musik Tembi.

Tahapan ini harus tanggap pada kondisi yang berubah-ubah. Evaluasi dan pengendalian harus dilakukan untuk mempertahankan agar strategi tetap mengarah pada sasarannya dan untuk menunjukkan kapan penyesuaian dibutuhkan. Evaluasi terhadap tindakan pemasaran dan hasilnya adalah sangat penting untuk mempertahankan kinerja agar tetap sejalan dengan tujuan. Oleh karena itu, dari waktu ke waktu Tembi Rumah Budaya perlu melakukan penelaahan kritis terhadap sasaran dan efektivitas pemasaran mereka. Evaluasi dapat pula diarahkan untuk mencari peluang-peluang baru atau menghindarkan ancaman, atau memecahkan masalah-masalah spesifik.

Evaluasi yang dilakukan oleh Tembi Rumah Budaya terus dilakukan adanya pengawasan dan peninjauan ulang pada setiap melakukan promosi. Hal tersebut bertujuan untuk melihat sejauh mana tingkat keberhasilan dan kegagalan yang dialami oleh bagian promosi Tembi Rumah Budaya. Evaluasi sendiri tentu harus dilakukan karena dengan tahap evaluasi Tembi Rumah Budaya bisa melihat sejauh mana kegiatan promosi khususnya melalui *Event* tahunan Festival Musik Tembi.

Pentingnya manajemen event dalam melakukan suatu pemasaran menjadi faktor penentu dalam keberhasilan apa yang ingin disampaikan atau apa yang menjadi tujuan. Dalam mencapai keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan manajemen event, karena tanpa adanya manajemen yang dilakukan dengan baik pada suatu instansi dan perusahaan, maka tidak akan mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Dalam setiap kegiatan manajemen event yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi. Dengan manajemen event akan berlangsung dengan sedemikian rupa dan dapat mencapai segala sesuatu yang diinginkan. Serta untuk melihat manajemen event komunikasi melalui Festival Musik Tembi ini bisa dilihat dari tahapan-tahapan yang digunakan oleh Tembi Rumah Budaya, Sehingga pada penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa manajemen event yang telah dilakukan Tembi Rumah Budaya melalui Festival Musik Tembi telah tercapai dibantu adanya suatu perencanaan dari tema *Event Festival Musik Tembi* hingga pada evaluasi dari kepanitian yang terbentuk telah berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan.